

10.

IL SISTEMA CULTURALE PIEMONTESE NEI FLUSSI INTERNAZIONALI

DOSSIER "PIEMONTE EUROPA"

1. *I collegamenti internazionali dell'industria piemontese*
2. *Il potenziamento tecnologico piemontese in un'ottica internazionale*
3. *Problematiche della piccola e media industria nei confronti dell'Europa*
4. *Le attività finanziarie del Piemonte di fronte al Mercato Unico Europeo*
5. *L'agricoltura di fronte al Mercato Unico Europeo*
6. *Il commercio estero piemontese in un'Europa in trasformazione*
7. *Il mercato del lavoro nello spazio europeo*
8. *Prospettive demografiche e offerta di lavoro*
9. *Aspetti e problemi dei sistemi formativi*
10. *Il sistema culturale piemontese nei flussi internazionali*
11. *La conoscenza delle lingue estere*
12. *La rete delle comunicazioni internazionali*

10.

IL SISTEMA
CULTURALE
PIEMONTESE NEI
FLUSSI
INTERNAZIONALI

L'elaborazione del presente lavoro si deve a: Luciana Conforti e Carlo Marletti (Università di Torino).

La trattazione delle tematiche settoriali si è basata su contributi elaborati da: Stefano Della Casa (cinema); Graziano Melano (teatro); Walter Vergnano (musica); Maria Teresa Roberto (arti figurative).

L'appendice è stata elaborata da Eleonora Viglengo.

La collana "Dossier Piemonte Europa" è coordinata da Paolo Buran.

INDICE

Presentazione

1	Capitolo I LE POLITICHE CULTURALI PIEMONTESE NEL CONTE- STO EUROPEO: CONSIDERAZIONI GENERALI
1	1.1. <i>Alcuni elementi di tendenza delle politiche culturali a livello europeo</i>
2	1.2. <i>Pubblico e privato nelle politiche culturali in Italia</i>
7	1.3. <i>Un'ipotesi di periodizzazione: le politiche culturali in Piemonte dalla monocultura al neomecenatismo</i>
13	Capitolo II LA CULTURA PIEMONTESE COME SISTEMA DI ATTI- VITA': GLI ASPETTI STRUTTURALI
13	2.1. <i>La cultura come sistema: interdipendenze e confini</i>
16	2.2. <i>Gli addetti a professioni ed attività culturali in Pie- monte</i>
20	2.3. <i>La consistenza del patrimonio culturale: beni monu- mental, musei e biblioteche in Piemonte</i>
25	Capitolo III CONSUMI CULTURALI E PUBBLICO DELLO SPETTA- COLO IN PIEMONTE
25	3.1. <i>Alcuni elementi comparativi sulla spesa del pubblico per lo spettacolo</i>
38	3.2. <i>Composizione e tipologie del pubblico degli spettacoli dal vivo in Piemonte</i>
51	3.3. <i>Elementi di confronto fra il pubblico piemontese, quello milanese e quello francese</i>
55	3.4. <i>Offerta e domanda di spettacoli cinematografici</i>

61	Capitolo IV
	PROBLEMI E TENDENZE A LIVELLO DEI SINGOLI SETTORI NELLA PROSPETTIVA DEL 1992
61	4.1. <i>La musica classica</i>
64	4.2. <i>Il teatro di prosa</i>
66	4.3. <i>Il cinema</i>
68	4.4. <i>Le arti figurative</i>
71	4.5. <i>L'editoria libraria</i>
75	4.6. <i>L'editoria periodica d'informazione e d'attualità</i>
77	4.7. <i>La radio e televisioni locali</i>
81	Capitolo V
	CONCLUSIONI: POTENZIALITA' E SQUILIBRI DELLA CULTURA PIEMONTESE NELLA PROSPETTIVA DEL 1992
87	APPENDICE
87	1. La sponsorizzazione culturale nella comunità europea
89	2. Aspetti istituzionali e regolamentazione dei finanziamenti pubblici e privati nei paesi della Comunità
109	Riferimenti bibliografici

PRESENTAZIONE

Nella "Relazione sulla situazione economica, sociale e territoriale del Piemonte" 1989 l'IRES aveva rivolto una particolare attenzione alla collocazione internazionale del Piemonte, nella prospettiva del completamento del mercato interno dell'Europa comunitaria, entro l'ormai prossimo 1992. In quella sede il rapporto Piemonte-Europa ha rappresentato il tema conduttore ed unificante ed era stato espresso il proposito di addivenire ad una serie di approfondimenti su aspetti diversi, allo scopo di offrire agli operatori pubblici e privati ulteriori strumenti di documentazione in ordine alla richiamata prospettiva.

A distanza di poco più di un anno si perviene pertanto alla pubblicazione di questi dossier -coordinati dall'IRES ed elaborati con il contributo di specialisti esterni-, attinenti principalmente ai campi di ricerca nei quali l'Istituto detiene una più consolidata esperienza. Essi non si estendono a tutte le questioni di rilievo europeo (si pensi anche soltanto al maggiore equilibrio tra l'attività antropica e l'ambiente che con il mercato unico si intende garantire, ovvero alla gestione dell'approvvigionamento energetico), nè raggiungono lo stesso grado di approfondimento. Il loro obiettivo non è quello di fornire studi organici, ma soltanto repertori informativi utili al dibattito e ad ulteriori attività di ricerca.

Riteniamo che questa iniziativa dell'IRES dimostri la volontà dell'Istituto di prestare attenzione scientifica alle tematiche che nei prossimi anni interesseranno le economie e le comunità statali e regionali in un ambito di dimensione sempre maggiore. Assai prima della scadenza del 1992 lo "spazio senza frontiere" sarà infatti ancora più ampio di quello previsto dal Trattato Cee e dall'Atto unico europeo, per effetto della riunificazione tedesca, dell'apertura ai paesi dell'Est e di una crescita dei rapporti con i paesi appartenenti all'Associazione europea di libero scambio.

Il contesto transnazionale già delineato istituzionalmente e le sopravvenute prospettive politiche nell'intero continente europeo sembrano richiedere che gli studi sulle realtà regionali, prima finalizzati al superamento di squilibri all'interno di esse o dello stato, considerino ora il tema del riequilibrio tra le regioni a livello internazionale e si pongano i problemi dello sviluppo regionale in tale nuovo quadro.

Il presente lavoro costituisce uno sviluppo ed approfondimento del capitolo XVII della Relazione sulla situazione economica, sociale e territoriale del Piemonte - 1989. Esso è stato realizzato da Luciana Conforti e Carlo Marletti (Università di Torino), e si propone di analizzare il sistema di produzione culturale piemontese (nei campi dello spettacolo, dei media, dell'editoria) allo scopo di individuarne potenzialità e problemi in uno scenario di crescente interazione internazionale, anche alla luce delle principali politiche messe in campo dalle pubbliche amministrazioni.

Andrea Prele

Direttore dell'IRES

Capitolo I

LE POLITICHE CULTURALI PIEMONTESE NEL CONTESTO EUROPEO: CONSIDERAZIONI GENERALI

1.1. Alcuni elementi di tendenza delle politiche culturali a livello europeo

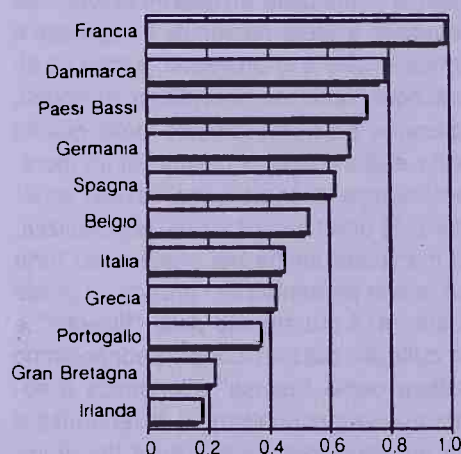
La diversità dei contesti culturali, oltre che delle fonti e delle metodologie, rende oggi arduo ogni tentativo di tracciare un quadro univoco ed esauriente delle politiche culturali europee a livello nazionale e regionale e dei fattori socioeconomici che le condizionano e le orientano, anche se alcuni elementi generali possono comunque venir messi in rilievo. In sintesi, essi sono i seguenti: 1) una correlazione fra miglioramento della qualità della vita ed aumento della domanda e dell'offerta di cultura; 2) un incremento, nella maggior parte dei paesi europei e con alcune rilevanti eccezioni, della spesa pubblica nel settore; 3) una tendenza alla "regionalizzazione" della spesa pubblica che si manifesta anche nei paesi a più forte tradizione statalistica e centralistica, e che presenta però ancora un grado piuttosto basso di istituzionalizzazione; 4) il mutamento delle "filosofie" e dei modelli che ispirano le politiche culturali, dal tradizionale pedagogismo a forme di valorizzazione della cultura come "risorsa" economica e sociale; 5) infine, la comparsa di forme di neo-mecenatismo e la tendenza a valorizzare gli interventi culturali in maniera spettacolare ed a fini di immagine attraverso le comunicazioni di massa.

Per quanto riguarda il rapporto fra le condizioni di vita ed il livello di spesa pubblica nel settore della cultura, si possono sostanzialmente distinguere tre tipi diversi di situazione. Da un lato si hanno paesi in cui la valorizzazione dei beni culturali è tradizionalmente consolidata, come accade in Francia e Germania, o che hanno recentemente orientato la loro politica culturale ad una maggiore valorizzazione che in passato, come la Spagna, nei quali si ha un incremento della spesa pubblica su livelli alti. Particolarmente significativo, in questo gruppo di paesi, l'impegno dell'Olanda, del Belgio e della Danimarca. Dall'altro lato, si hanno paesi come la Grecia, il Portogallo e l'Irlanda, in cui il minor volume della spesa pubblica in attività culturali va sostanzialmente spiegato riportandolo al più

basso livello dei consumi e del tenore di vita, rispetto alla media europea, della maggioranza della popolazione.

Fra queste due situazioni, che rappresentano i poli del continuum europeo, si situano l'Inghilterra e l'Italia, paesi nei quali si è avuta una netta contrazione della spesa pubblica nella cultura, ed in cui si hanno forme di deregolamentazione dell'assetto istituzionale del settore e di transizione a un diverso modello di regolazione, apertamente dichiarate in Inghilterra e mascherate in vario modo o contraddittorie in Italia.

Figura 1 Qual è il bilancio (incidenza % della spesa pubblica per la cultura sul bilancio statale)



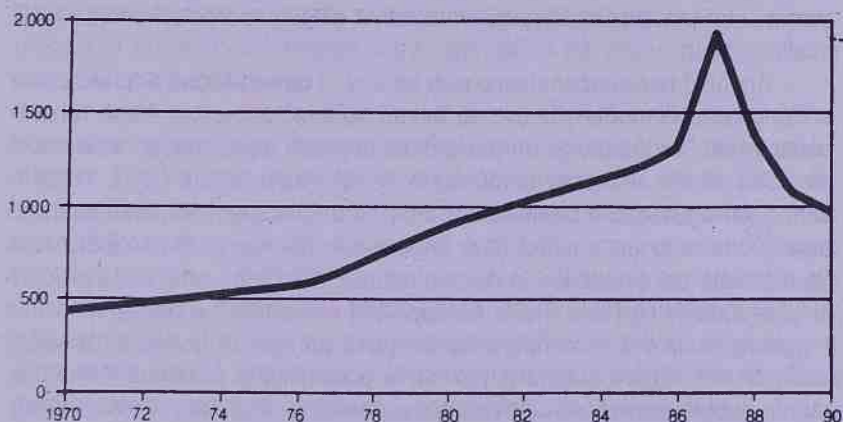
Fonte: Elaborazioni su dati Cee

1.2. Pubblico e privato nelle politiche culturali in Italia

Considerata nell'arco degli ultimi vent'anni, la spesa pubblica per l'arte e la cultura in Italia fa osservare un costante incremento sino ai primi anni '80, per raggiungere un picco nel 1987 e tornare poi a scendere negli anni successivi sino a ridursi, alla fine del decennio, presso a poco al livello che essa aveva al suo inizio. Una dinamica di sostanziale stagnazione, che però è la risultante di due tendenze fra loro opposte: la prima,

ad una progressiva contrazione della spesa statale nel settore, che dallo 0,8% sul totale della spesa statale toccato come massimo alla metà degli anni '50, si riduce alla metà degli anni '80 a poco più dello 0,2%; e la seconda, viceversa, al progressivo aumento della spesa culturale regionale, il cui ammontare fra il 1976 e il 1986 appare quadruplicato (Bodo, 1989 e Brosio, 1988).

Figura 2 Vent'anni di spesa (evoluzione della spesa dell'amministrazione statale per la cultura, miliardi di lire a prezzi costanti 1980)



Fonte. Elaborazioni a cura dell'Ispe

L'ipotesi di una deregolamentazione mascherata del settore, analoga all'aperta e più netta deregolamentazione e contrazione operata in Inghilterra, nasce da un esame dei tagli operati nel bilancio, particolarmente nel settore dello spettacolo, oltre che dall'introduzione dell'iva al 4% su libri e giornali, e da provvedimenti relativi alla finanza locale, come la reintroduzione della distinzione tra spese obbligatorie e spese facoltative. Vari elementi fanno del resto pensare che la tendenza alla regionalizzazione, che come si è detto si manifesta anche nei paesi di più forte tradizione statalista, come la Francia, la Spagna e l'Italia, trova un limite ed un freno nell'insufficiente istituzionalizzazione (Colasio, 1989). La inadeguata definizione delle competenze e dei ruoli può condurre infatti ad un ripristino dei modelli precedentemente dominanti e che si intendevano superare. In Francia, ad esempio, la "territorializzazione" degli inter-

venti e delle politiche ha finito per offrire ai prefetti un più ampio potere di discrezionalità e selezione, spingendo così ad un ritorno verso logiche centralistiche. Quanto all'Italia, l'inadeguata istituzionalizzazione delle politiche culturali a livello regionale ha prodotto dapprima la fase cosiddetta dell'"effimero", cui corrisponde il picco raggiunto nel 1987 dalla spesa culturale complessiva; e successivamente, tendenze alla municipalizzazione e alla frammentazione degli interventi, cioè al riemergere di un modello ancora più antico dello statalismo e sempre latente dietro ad esso nella storia italiana. La potenziale modernizzazione e l'espansione della domanda culturale che l'effimero aveva prodotto sono state così ridimensionate con una dispersione delle iniziative e delle risorse attraverso mille rivoli.

Anche il neo-mecenatismo può essere in generale considerato come un fenomeno di modernizzazione. Inteso nel senso migliore, esso rappresenta infatti l'acquisizione da parte delle imprese della consapevolezza di far parte di un ambiente complessivo i cui valori ambientali e culturali vanno salvaguardati e capitalizzati. Ed uno degli aspetti più interessanti di esso è che in alcuni casi ha dato origine a forme nuove di collaborazione fra il privato ed il pubblico in questo settore, anche se una stima prudente fa tuttavia ritenere che lo sviluppo del mecenatismo può al massimo raggiungere un livello complessivo di spesa pari ad un quinto della spesa pubblica nel settore culturale, per cui le possibilità di sostituire il finanziamento pubblico con quello privato sono da ritenersi limitate (Brosio, 1988). Altri aspetti limitativi emergono poi ove si consideri che il neo mecenatismo inteso in senso proprio implica iniziative di grande impegno e di risonanza nazionale ed internazionale, che richiedono investimenti e strutture organizzative possibili solo a livello dei grandi gruppi industriali e finanziari. Si pensi anche soltanto al restauro dei Cavalli di San Marco, sponsorizzato dalla Olivetti, che ha potuto essere valorizzato pienamente anche grazie a ripetute esposizioni e *tours* in vari continenti; oppure si pensi al restauro di Palazzo Grassi da parte della Fiat a Venezia. Le imprese di dimensioni minori possono sviluppare soltanto iniziative di tipo promozionale, a forte utilizzazione pubblicitaria e con ricadute immediate, le quali finiscono in molti casi soltanto per accrescere la dispersione e la frammentazione delle iniziative culturali.

Le difficoltà di valutazione da parte di imprese anche di una certa consistenza e dimensione dei "guadagni" che le sponsorizzazioni culturali possono produrre in termini di ritorno di immagine sul medio e lungo periodo, spingono le aziende a cambiare il modello di sponsorizzazione

dapprima seguito. Dalle strategie volte a finanziare un "evento" in termini spettacolari e quindi "effimeri", si passa ormai alla creazione di mega contenitori associati ad un marchio, nel quale eventi diversi, a seconda del momento, possono venire organizzati. Dall'esempio già ricordato di Palazzo Grassi della Fiat, si va alla Casa Aurora del Gft a Torino, o al Palatrussardi di Milano, con una casistica e tipologia alquanto differenziate. La natura del contenitore non è indifferente dal punto di vista della qualificazione culturale delle iniziative. Mentre in alcuni casi esso conferisce loro unitarietà e carattere organico, consentendone la programmazione e la finalizzazione, in altri casi, viceversa, il contenitore può finire per essere un mero supporto di iniziative occasionali e disparate, alcune magari di buon livello, mentre altre dipendono da mode passeggere o sono soltanto pubblicitarie.

In ogni caso questa tendenza a passare dal finanziamento dell'evento alla creazione di mega contenitori sembra accentuare un aspetto che era stato messo in evidenza dagli osservatori più attenti del fenomeno, e cioè l'alto grado di arbitrarietà nella selezione delle iniziative da parte dello sponsor privato rispetto al pubblico, i cui processi di scelta sono più mediati e filtrati da interessi generali. Se in una certa misura ciò è inevitabile e va considerato come l'altra faccia di un aspetto positivo, e cioè la maggior efficienza e capacità organizzativa dei privati, oltre ad una certa soglia questa arbitrarietà può avere conseguenze distorcenti. Data la maggiore capacità di accesso ai canali della comunicazione di massa da parte dello sponsor privato, le sue iniziative possono infatti finire per costituire un modello, i cui tratti distorcenti si riflettono anche sul comportamento dei soggetti pubblici, nella misura in cui essi, pur erogando un volume assai maggiore di spesa nelle attività culturali, sono però dei soggetti deboli, in quanto poco istituzionalizzati e frammentati in vari ruoli e competenze. Questi effetti perversi dell'arbitrarietà di sponsorizzazione delle aziende private possono peraltro venire corretti e contrastati con successo. Si tratta non soltanto di un problema di sensibilità da parte delle aziende e degli staff di esperti da esse preposti allo sviluppo di iniziative, ma anche, ed analogamente a quanto si è detto per il pubblico, di un problema di istituzionalizzazione, cioè di definizione di ruoli e strutture. Questo problema può essere affrontato con la creazione di Fondazioni relativamente autonome e con una propria credibilità, oltre che con l'istituzione di centri di ricerca e di archivi, e con il funzionamento regolare, del resto già avviato, di una consulta per la sponsorizzazione culturale. Ma soprattutto, con la sperimentazione e la messa a punto di modelli di collabora-

zione tra pubblico e privato, su contenitori, eventi e temi la cui qualificazione sia territorializzata, o comunque valorizzata in termini di interesse generale. In Piemonte, il castello di Rivoli rappresenta da questo punto di vista un esempio, per molti aspetti, significativo.

Vi è infine un ulteriore elemento che occorre aver presente in rapporto al fenomeno del neo mecenatismo, e cioè che almeno nella sua prima fase le ricadute in termini di qualificazione culturale su un ambito territoriale circoscritto o di una specifica area locale non sono dirette. Intanto, la filosofia di alcuni grandi restauri tende ad isolare il "monumento" dal contesto. Tipico in questo senso il restauro dei cavalli di San Marco, che finiscono per essere fruiti come opera d'arte a sè, sia pure alonati dal fascino di Venezia, che però funge da sfondo e da cornice e che non è in questo caso messo in primo piano. Si può discutere se il restauro di Palazzo Grassi abbia anch'esso un significato di operazione a sè, o se invece acquisti un prevalente aspetto di riappropriazione del contesto storico e monumentale veneziano. Entrambi questi elementi sono presenti, anche se l'orientamento ad interventi collocati nel contesto ci sembra qui correttamente prevalere. Tuttavia, la inevitabile preferenza del grande sponsor privato verso monumenti e contesti eccezionali, nello scenario delle grandi città d'arte, data la potenziale risonanza internazionale che vi è associata, almeno nella prima fase ha portato a trascurare monumenti e contesti meno celebri ma talvolta anche più significativi dal punto di vista della salvaguardia e della valorizzazione del contesto storico ambientale di certe regioni.

E si aggiunga, per concludere su questo punto, che il volume di spesa erogato da sponsor residenti in una data regione o area di territorio, non necessariamente si indirizza in maniera prevalente alla riqualificazione e valorizzazione del patrimonio culturale e delle iniziative nella regione di appartenenza, ma può al contrario essere prevalentemente destinato ad operazioni che hanno luogo altrove, sul territorio nazionale o anche all'estero. Questo sembra appunto essere il caso del Piemonte. La nostra regione risulta infatti al primo posto in Italia quanto a finanziamenti culturali erogati da sponsor privati, mentre solo una parte di essi è destinata ad interventi nel territorio della regione stessa, anzi in una prima fase il contesto storico-ambientale piemontese risultava alquanto trascurato nei piani di intervento. E se è pienamente legittimo che una regione a forte vocazione industriale contribuisca alla salvaguardia del patrimonio di regioni con minore disponibilità finanziaria ma ricche di monumenti ed opere di alto valore artistico che non debbono andare disperse e rovinate, oltre

una certa soglia il saldo negativo tende a produrre una specie di cerchio vizioso con effetti depressivi nell'area di localizzazione degli sponsor. Si tratta però di una tendenza relativa alla prima fase e ad un modello ancora iniziale di intervento privato. Come vedremo più avanti, anche se i problemi del Piemonte non sono pochi, tuttavia nell'ultimo periodo questa tendenza al saldo negativo appare corretta e un modello di diverso tipo sembra emergere, come mostrano progetti quali il circuito delle residenze sabaude, il restauro del Museo Egizio e i progetti di riutilizzo del Lingotto.

1.3. Un'ipotesi di periodizzazione: le politiche culturali in Piemonte dalla monocultura al neomecenatismo

La completa apertura degli interscambi europei, con la libera circolazione delle persone e dei beni fra i paesi Cee prevista per il 1992, avrà numerose conseguenze rispetto alla domanda e all'offerta di cultura. Ma sebbene le ricerche per ora effettuate in proposito sottolineino in genere la tendenza verso una regionalizzazione, non è semplice prevedere quale potrà essere l'evoluzione delle politiche culturali e della spesa complessiva pubblica e privata nel settore in rapporto alle varie aree regionali e quali modelli finiranno per affermarsi. Come le relazioni socioeconomiche 1988 e 1989 dell'Ires hanno cercato di mettere in luce, la scadenza del 1992 trova la regione piemontese in un momento particolare di transizione, da un modello tradizionale ormai superato ad un modello di nuovo tipo del quale cominciano ad emergere alcuni tratti ma che appare ancora non ben definito. Accanto a nuove potenzialità che accompagnano la fine della fase "monoculturale" e il formarsi di un contesto di innovazione tecnologica e di terziario avanzato, con modalità proprie della società dell'informazione post industriale, persistono vecchi squilibri e forme di "cerchio vizioso" che deprimono il pluralismo e la capacità di iniziativa della regione sul piano culturale, creando un divario fra strutture e sovrastrutture e portando ad un impoverimento dell'identità regionale.

Prima di passare ad analizzare queste potenzialità e questi squilibri per ogni settore rilevante, ci sembra utile cercare innanzitutto di delineare una periodizzazione della cultura piemontese considerata nell'insieme, individuando le fasi che essa ha attraversato, le linee di un'evoluzione storica del settore e il cambiamento di forme organizzative e di modelli istituzionali cui sta andando incontro.

L'interpretazione che qui avanziamo è che il cambiamento culturale

in Piemonte, dagli anni '50 ad oggi, si possa articolare sostanzialmente in tre fasi. Nella prima, che va dal dopoguerra sino in pratica alla metà degli anni '70, si ha un modello di istituzionalizzazione delle attività culturali ispirato a filosofie che fanno dell'arte e della cultura in senso lato un "bene privilegiato", un valore la cui fruizione è peculiare di certe élites intellettuali ma che va il più possibile socializzato e diffuso tra i ceti popolari, attraverso forme di partecipazione indotta e di divulgazione. Questo modello presenta tratti elitistici che sono complementari a tratti pedagogistici. Strutturalmente esso si fonda su un livello ancora alto di spesa pubblica statale e su istituzioni di grande prestigio nazionale se non internazionale, come alcuni musei e accademie, l'orchestra sinfonica Rai, ed altre istituzioni che rappresentano l'eredità di un passato in cui il Piemonte conservava tratti di formazione statale autonoma; e la città capoluogo, Torino, aveva il prestigio e l'influenza, sul piano della cultura e delle mode, che le spettavano come ex capitale nazionale.

Dietro questa facciata prestigiosa non mancavano le crepe. In primo luogo, va osservato che questo modello era fortemente orientato in senso centralistico. Sussistevano e si accentuavano da questo punto di vista elementi di eredità dello stato sabaudo, come il privilegiamento dell'area torinese e la concentrazione in essa di quasi tutte le strutture e le attività di un qualche rilievo, mentre la vita culturale nelle province veniva appiattita dall'assenza di canali e iniziative adeguate alla sua espressione e mancavano piani di valorizzazione delle identità e tradizioni locali, di cui pure il Piemonte è particolarmente ricco. In secondo luogo, si trattava di un modello statico, orientato piuttosto alla preservazione di standard di eccellenza già raggiunti in passato che non a far emergere nuove forme di domanda e di fruizione culturale. Per cui, dietro la facciata di alcuni grandi istituzioni e manifestazioni di livello nazionale ed europeo, si aveva nei fatti un processo di contrazione e di marginalizzazione delle attività culturali, sostanzialmente separate e isolate dal contesto delle attività economiche e politiche, nel quadro della dominanza monoculturale dell'industrialismo.

Questo modello tradizionale viene messo in crisi negli anni '60 e nei primi anni '70 da due ordini di fattori. In primo luogo, la costante riduzione della spesa statale per la cultura comincia a fare sentire i suoi effetti e dalla stagnazione degli anni precedenti si passa a un tendenziale degrado delle strutture. In secondo luogo, i massicci processi di immigrazione che fanno di Torino la "terza città meridionale d'Italia" rompono ogni continuità fra elitismo e divulgazione popolare, per cui la cultura appare sempre più

come un bene "privilegiato" fruibile prevalentemente da un pubblico medio alto, mentre la nuova popolazione ne è esclusa. E' appunto in questo momento che si formano gli squilibri e le strozzature che incidono tuttora in modo negativo nel settore, come la contrapposizione tra modelli alti e modelli bassi di fruizione e consumo culturale. Da un lato si hanno tentativi di ripristinare gli standard precedenti, come avviene emblematicamente con la ricostruzione del Teatro Regio nel 1972, che pur raccogliendo una domanda di certi settori popolari, soprattutto di ceto medio, appare però come un'operazione a sè, non inserita in un progetto complessivo di riqualificazione del contesto culturale metropolitano e regionale, ossia come un intervento di ispirazione prevalentemente neo-tradizionalista. Dall'altro lato, si manifesta una crescente segmentazione dei pubblici e dei modelli di fruizione, con il formarsi di pubblici specializzati di fruizione ad alto livello dei prodotti culturali in alcuni settori, mentre in maniera del tutto separata emergono tra la popolazione immigrata ed i giovani nuove domande e nuovi modi di fruizione che sono però destinati a rimanere a lungo informali e latenti.

La seconda fase ha inizio alla metà degli anni '70, con la regionalizzazione della spesa pubblica nella cultura ed il fenomeno dell'"effimero". Con questa espressione com'è noto ci si riferisce ai programmi spettacolari di manifestazioni, mostre e feste promossi dagli assessorati alla cultura degli enti locali. Le caratteristiche che distinguono la politica culturale dell'effimero sono in sintesi le seguenti: 1) la trasformazione delle tradizionali manifestazioni in "eventi", grazie al ricorso alle comunicazioni di massa che mira ad un tendenziale allargamento della domanda popolare e al superamento di ogni contrapposizione tra modelli alti e modelli bassi di fruizione culturale, sperimentando forme di contaminazione tra generi e modernizzando la concezione della cultura; 2) il riuso di siti e monumenti, ed in particolare dei centri storici, con risultati a volte eccellenti ed altre negativi, di aggravamento dell'usura e del degrado; 3) il passaggio da una regolazione "istituzionale" della spesa culturale dominante nella precedente fase di erogazione attraverso enti statali, ad una regolazione "politica" dell'offerta di cultura. Questo passaggio porta ad una maggiore dinamicità delle iniziative e ad una loro contestualizzazione e territorializzazione, ma anche ad una instabilità dell'offerta, legata alla figura dell'assessore e dei gruppi politici che lo esprimono, che con il mutare delle maggioranze o della composizione di una giunta può portare a brusche modificazioni e discontinuità negli investimenti e nei programmi. L'inadeguata istituzionalizzazione dell'offerta regionale di cultura appare evidente nella

personalizzazione dei ruoli e nella mancanza di appropriati staff e strutture organizzative al livello dell'ente locale, capaci di operare in modo integrato e dar vita a continuità di procedure rispetto al territorio e a sua volta questa insufficiente istituzionalizzazione spinge in numerose situazioni al crearsi di "comitati di fatto" esterni alle istituzioni, che introducono un elemento di arbitarietà e di interesse particolaristico nella selezione delle iniziative. Comunque, considerato nell'insieme, il fenomeno dell'effimero ha portato ad un allargamento della domanda di base e ad un rinnovamento delle modalità di fruizione di massa della cultura (Barbagli, 1984; Cipriani, 1990).

Nella regione piemontese l'effimero non ha presentato tutte le caratteristiche che ha avuto in altre regioni, specie in quelle del centro Italia. Ciò per varie ragioni. In primo luogo perchè il Piemonte, pur avendo un suo patrimonio culturale e paesaggistico, è considerato prevalentemente una regione a vocazione industriale e produttiva, e non dà luogo a flussi rilevanti di visitatori da altre regioni nazionali o dall'estero intorno a celebri città d'arte come accade ad esempio in Toscana o nel Lazio. Le manifestazioni dell'effimero, che pure hanno avuto un alto livello di spesa (tra i maggiori in Italia) erano quindi destinate ad un pubblico prevalentemente locale. In secondo luogo, perchè il modello piemontese non ha puntato sulla spettacolarizzazione e non è apparso integrato ai circuiti della comunicazione di massa. Manifestazioni e mostre di grande livello e prestigio hanno così avuto una minore risonanza di "eventi" organizzati in altre regioni che pure erano sotto vari aspetti da considerare di qualità inferiore.

La fase dell'effimero in Piemonte è comunque una fase contraddittoria, in cui prosegue l'obsolescenza e il degrado delle strutture culturali e la segmentazione dei pubblici, anche se vi è un superamento dei modelli elitistici di fruizione e si sviluppa una tendenza alla reintegrazione delle attività culturali nella vita politica, se non ancora nell'economia. Si avvia inoltre un processo di tendenziale superamento della monocultura industrialista.

Sebbene la fase dell'effimero e della regolazione prevalentemente politica della cultura possa sostanzialmente considerarsi chiusa alla metà degli anni '80, gli effetti di essa si sono prolungati per un certo tempo negli anni successivi. La terza fase, e cioè quella attuale, sembra caratterizzarsi come transizione verso modelli misti di collaborazione fra pubblico e privato e come tendenza ad una riqualificazione dei modelli di consumo e della domanda culturale, in correlazione con il miglioramento della qualità della vita e l'emergere di bisogni "secondari" o "post-materiali".

La scadenza del 1992 trova quindi la regione piemontese in un momento particolare, per quanto riguarda quell'insieme di attività che costituiscono la "cultura". Ciò in quanto tale settore appare caratterizzato da squilibri ereditati dal passato mentre i nuovi modelli stentano ad affermarsi. Per le attività socioeconomiche che vi sono insediate e per i redditi che in essa vengono prodotti, l'area piemontese rappresenta in termini potenziali un bacino di rilevanti dimensioni per i consumi culturali. Da questo punto di vista, il 1992 rappresenta certamente una occasione per ridefinire nel contesto europeo e nel quadro di un interscambio allargato delle prestazioni e dei beni l'identità culturale della regione, rinnovando le strutture e potenziandone i flussi. Ma perchè questa potenzialità possa venire pienamente valorizzata occorre un superamento delle strozzature presenti nel sistema e in particolare dei persistenti fenomeni di segmentazione dei pubblici e dei circuiti culturali. La cultura piemontese sarà tanto più in grado di affrontare in positivo e di giovare della crescita degli scambi fra regioni e aree nazionali diverse che la completa apertura delle frontiere europee provocherà a partire dal 1993, quanto più riuscirà ad accrescere il grado della propria interdipendenza interna ed a sviluppare connessioni e sinergie fra pubblici e circuiti che sono oggi separati e segmentati, e non producono un effetto d'insieme a livello di sistema. Nell'area piemontese vi è una potenzialità di consumi e di produzione di cultura, che attualmente appare compressa e non trova canali adeguati per esprimersi e che richiede di essere maggiormente valorizzata attraverso i mezzi di comunicazione, locali e nazionali.

LA CULTURA PIEMONTESE COME SISTEMA DI ATTIVITÀ: GLI ASPETTI STRUTTURALI

2.1. La cultura come sistema: interdipendenze e confini

In termini economici, la cultura può essere considerata come un "sistema" ed essere oggetto di analisi settoriale, soltanto se è possibile individuare degli specifici input ed output cui danno luogo le attività che vengono considerate (Leon, 1988). Ma il termine cultura, nella sua suggestività, finisce inevitabilmente per venire riferito ad attività anche molto eterogenee fra di loro, delle quali raramente si precisa la connessione o l'interdipendenza. Secondo le ottiche -o le filosofie- adottate dal ricercatore o dal decisore, pubblico o privato, si può parlare di "cultura" a proposito di attività intellettuali di vario genere, dalla ricerca tecnologica e scientifica, sino all'istruzione scolastica nei suoi vari gradi, all'associazionismo di vario tipo, alle modalità di fruizione del tempo libero ed al turismo.

Una definizione tanto ampia da includere tutte queste attività, così disparate fra di loro, risulterebbe anche inevitabilmente generica. Si pongono perciò problemi di confini e la necessità di stabilire prima quali interdipendenze si vogliono sottoporre ad osservazione. Dal punto di vista che qui adottiamo, sono da considerarsi centrali, per una definizione ristretta della cultura come sistema di attività, tre elementi:

- a) l'insieme dei beni monumentali, museali, artistici, librari e simili;
- b) quelle prestazioni, performances e attività intellettuali che secondo una nota tipologia sociologica presentano valenze prevalentemente "espressive" anziché strumentali;
- c) le forme di fruizione e di consumo di questi beni e prodotti, dal turismo d'arte alle visite ai musei, dalle mostre e manifestazioni sino agli spettacoli cinematografici e televisivi, o alle conferenze ed ai dibattiti.

Lo stato attuale della documentazione rende ancora approssimativa l'inclusione o l'esclusione di determinati generi e modalità nel sistema così definito. Ad esempio, le norme e i criteri di catalogazione ed inventarizzazione del cosiddetto "patrimonio culturale" variano da paese a paese e da

regione a regione. Ed allo stesso modo le caratteristiche disponibili sulle forme di "consumo culturale", in particolar modo nel campo dello spettacolo, sono molto diversificate e talora non confrontabili. Tuttavia, anche con questi limiti, la definizione permette di precisare grosso modo dei confini di settore e di stabilire quindi quali siano le aree di interdipendenza maggiormente rilevanti e che danno luogo a dei sottosistemi di attività. Fra di esse, le principali sono le seguenti:

- a) le interdipendenze fra la cultura, nel senso più ristretto prima definito, e la ricerca scientifica, tecnologica, accademica. Tra i due insiemi, vi sono poche sovrapposizioni e vi è forte autonomia reciproca, anche se ovviamente esistono non poche connessioni tra attività intellettuali "strumentali", volte a fini essenzialmente conoscitivi, produttivi, applicativi, nell'industria o nei servizi, ed attività intellettuali di tipo "espressivo", che hanno prevalentemente un carattere artistico o letterario e in generale umanistico. La presenza di attività di questo genere in un'area può facilitare la formazione di un ambiente intellettuale stimolante e creativo, così come l'esistenza di un terziario avanzato può portare ad una espansione dei consumi culturali. Ma possono anche esservi fenomeni di segmentazione. Il caso del Piemonte sembra essere significativo sia della potenzialità che della insufficiente interdipendenza fra questi due sottosistemi;
- b) le interdipendenze fra la cultura e il sistema dell'istruzione scolastica. Mentre è accertato che i consumi culturali di qualità crescono in rapporto all'aumento dell'istruzione del pubblico, più controvertibili sono le relazioni fra il sistema scolastico in senso istituzionale, ai vari livelli dell'istruzione elementare, media e superiore, e lo sviluppo dell'offerta e della domanda di cultura. In passato, il sistema delle scuole forniva alla cultura un pubblico stabile, ed anche oggi molte manifestazioni, mostre e altre forme di fruizione dei beni museali e monumentali o artistici, traggono alimento dalle visite scolastiche o trovano incentivo e valorizzazione attraverso i canali delle scuole di vario genere e grado. Inoltre gli insegnanti costituiscono un segmento particolarmente importante del pubblico che consuma cultura ad alto livello qualitativo, e lo stesso può dirsi degli studenti universitari.

Va tuttavia considerato che un'eccessiva dipendenza delle attività culturali da un pubblico formato da studenti e insegnanti delle scuole e degli istituti di istruzione primaria e secondaria, finirebbe in ultima analisi per corrispondere al modello pedagogistico di fruizione della cultura e alla dominanza istituzionale esistenti in passato. Le visite

scolari di musei e di mostre, così come la partecipazione "guidata" a determinate manifestazioni, pur essendo fondamentali dal punto di vista della formazione e della socializzazione dei giovani, non configurano un mercato vero e proprio ma forme assistite o semi assistite di attività. Inoltre, l'eccessiva dipendenza da un pubblico di scolari e insegnanti accentuerebbe la separazione tra cultura e società civile nell'insieme, facendo di certe manifestazioni e beni qualcosa che viene fruito soltanto da determinate categorie di persone e non è patrimonio dell'intera comunità;

- c) le interdipendenze tra la cultura e le attività di tempo libero. Va ricordato a questo proposito che se la cultura è da considerarsi in termini economici come un "bene non necessario", essa tuttavia richiede impegno intellettuale e può essere fruito solo con una certa preparazione. E' insomma un'attività di carattere specializzato e selettivo, che scade ove venga praticata e fruita in modo soltanto occasionale e generico. Esistono tuttavia non poche interdipendenze fra i due insiemi di attività, in particolare in rapporto al turismo, alla fruizione di beni naturali e ambientali, alle manifestazioni divulgative, alcune delle quali possono essere di alto livello (si pensi al museo delle scienze di La Villette a Parigi, o per restare in Piemonte, all'iniziativa di "Experimenta" dove aspetti specialistici e aspetti divulgativi appaiono coesistere in modo efficace). Per quanto concerne le politiche culturali, più che inserire la fruizione di cultura nel tempo libero, si tratta all'opposto di operare perchè il tempo libero, nei settori in cui ciò è possibile, acquisisca sempre maggiori valenze culturali;
- d) le interdipendenze fra la cultura e il sistema dell'informazione e della comunicazione. I confini tra questi due insiemi di attività sono più incerti e più mobili che non negli altri casi già esaminati. Intanto, i consumi nel campo dell'editoria libraria, i consumi di informazione quotidiana e periodica ed in buona parte anche i consumi televisivi, sono a maggior o minor ragione inclusi tra i consumi culturali. L'area di sovrapposizione fra i due insiemi è dunque ampia e oggi crescente. Tuttavia essi vanno anche distinti tra loro. Se si può, grosso modo, assumere come un dato di consumo culturale la presenza di Tv set in una data popolazione, o l'ascolto televisivo, sicuramente il volume di investimenti pubblicitari o il numero di spot messi in onda dalle tv locali di una data regione, non possono venire considerati di per sé come indicatori di offerta o domanda di cultura. E le grandi audiences di spettacoli sportivi, mentre rientrano pienamente nel consumo legato

al divertimento ed al tempo libero, non sono neppure esse in senso proprio da ritenere come "indicatori culturali".

A parte la questione dell'omologazione e della diversificazione tra attività culturali in senso proprio e sistema dei media, vi è tuttavia un'altra ragione per considerare con attenzione le interdipendenze fra i due insiemi di attività. Mentre come si è detto la connessione fra istituzioni scolastiche e fruizione culturale ha caratterizzato il modello "pedagogistico" dominante in passato, oggi la fruizione culturale tende sempre più spesso ad essere mediata ed organizzata dai canali dell'informazione e della comunicazione. Senza accesso ai media nazionali una manifestazione o un programma di spettacolo non vengono conosciuti al di fuori di un'area territoriale ristretta. I media perciò costituiscono ormai uno strumento indispensabile di valorizzazione della produzione culturale e di sviluppo dei consumi. La complessità raggiunta da alcuni sistemi territoriali rende poi necessaria anche la presenza di media locali per l'articolazione degli interessi, il pluralismo, il rafforzamento delle interdipendenze fra attività interne al sistema considerato.

Tra gli effetti positivi di questa crescente "sussunzione" delle attività culturali da parte della comunicazione e dei media, va ricordato in primo luogo il superamento di ogni contrapposizione tra "modelli alti" di fruizione culturale e "modelli bassi", con una sostanziale modernizzazione ed una espansione senza precedenti dei consumi; viceversa, tra gli effetti negativi: l'appiattimento, il sensazionalismo, la spettacolarizzazione fine a se stessa.

Non sono questi però i rischi che per ora corre la cultura piemontese. Come si è visto in precedenza, anche nella fase dell'effimero che nel resto d'Italia ha sviluppato particolarmente le interconnessioni fra comunicazione di massa e cultura, in Piemonte si è avuta una inadeguata valorizzazione d'immagine e quindi di una insufficiente comunicazione esterna della pur rilevante attività e complesso d'iniziativa sviluppate. E questa carenza, pur con alcuni segni di mutamento, sembra pesare tuttora.

2.2. Gli addetti a professioni ed attività culturali in Piemonte

Qui ci limiteremo a ricordare alcuni nodi strutturali che emergono dall'analisi dei dati disponibili sugli addetti e le professioni culturali, intese in senso lato, in base all'ultimo censimento Istat. Si tratta di dati relativi al 1981 e quindi ad una situazione che si deve supporre ampiamente evo-

luta. Essi tuttavia restano significativi in quanto mettono in luce alcuni elementi di fondo e squilibri che permangono anche ora.

In primo luogo (tab. 1) gli addetti a attività e professioni che si possono considerare "culturali" in senso lato rappresentano in Piemonte il 7,21% sul totale, una percentuale che non è molto diversa da quelle riscontrabili nelle altre regioni del Nord, ossia nell'area di territorio nazionale in cui si concentrano per la maggior parte le attività produttive e terziarie connesse alle tecnologie più avanzate. Si noti viceversa il divario tra regioni settentrionali e meridionali. In Campania, gli addetti ai medesimi settori rappresentano quasi il doppio, ossia il 13,32%. Si può interpretare questa differenza come un segno dell'intreccio tra aspetti funzionali e aspetti assistenziali delle attività nel settore, che porta ad un suo "rigonfiamento" in regioni più arretrate o in cui il tenore di vita è inferiore, se non a fenomeni di clientelismo e parassitismo.

Spicca viceversa il dato relativo alla categoria che l'Istat definisce "enti di ricerca privati", una dizione che fra quelle elencate ha le maggiori probabilità di riferirsi ad attività connesse al cosiddetto "terziario avanzato". In questo importante sotto settore categoriale, il Piemonte si situa ai primi posti, subito dopo la Lombardia e praticamente allo stesso livello del Lazio. Se si tiene conto della composizione e delle dimensioni regionali, si può presumere che il Piemonte sia quindi tra le regioni italiane un'area in cui si ha una specializzazione molto alta.

Viceversa, si riscontra un basso livello di addetti ad "enti di ricerca pubblici". E' un dato che non sorprende. La massima concentrazione di questa categoria è infatti nella capitale, con il 41,54%, mentre le altre regioni fanno riscontrare dati inferiori al 10%. Tuttavia il Piemonte, con il 4,57%, si colloca negli ultimi posti della graduatoria, indice questo di una sua relativa marginalità. Da questo punto di vista, indubbiamente, il Piemonte rappresenta, come appare anche da altre indagini, un caso di squilibrio particolare: abbiamo qui il livello più alto di investimento e sviluppo nella ricerca privata ma anche il più basso di spesa pubblica nel settore. Vari fattori concorrono a determinare questo squilibrio. In primo luogo, la relativa marginalità di istituzioni prestigiose, come la sede Rai di Torino, che da tempo vede un ridimensionamento strisciante del personale addetto a funzioni amministrative e artistiche, che non è compensato dall'investimento nelle ricerche tecnologiche sulla comunicazione audiovisiva, mentre la candidatura di Torino a centro di produzione Cee per i programmi televisivi ad alta definizione, sembra segnare il passo e incontrare difficoltà. In secondo luogo, il minor numero di addetti ad enti pubblici

Tabella 1 Numero addetti nei settori culturali (in migliaia)

	Italia	Piemonte	Lombard.	Liguria	Em.Rom.	Veneto	Toscana	Lazio	Campan.
Stampa giorn. quotid.	9,9	0,3	3,6	0,2	1,1	0,5	0,6	2,4	0,0
Altre arti grafiche	101,9	10,6	30,6	2,2	8,5	10,7	5,1	14,7	4,4
Legatorie e rilegatorie	11,2	0,2	3,6	0,2	0,9	1,7	0,8	1,1	0,2
Ind. colleg. alla stampa	16,5	1,2	8,8	0,3	1,3	1,5	1,0	1,1	0,3
Editoria	43,6	5,2	21,4	0,7	2,4	1,6	1,5	6,9	0,9
Enti ricerca pubblici	16,1	0,7	1,2	0,2	1,3	0,5	1,1	6,7	0,8
Enti ricerca privati	13,7	2,8	4,3	0,1	0,5	0,3	0,2	2,8	0,7
Distribuzione films	2,4	0,1	0,3	0,1	0,2	0,1	0,1	1,0	0,1
Sale cinematografiche	16,8	1,2	2,4	0,8	2,1	1,2	1,4	1,2	1,1
Radio e televisioni pubb.	14,2	1,9	1,6	0,2	0,2	0,2	0,3	6,8	0,8
Radio e televisioni priv.	21,1	1,2	2,6	0,7	1,2	1,2	1,2	1,6	1,8
Spettacoli	12,5	1,1	1,3	0,9	1,9	1,3	1,3	1,5	0,3
Serv. pubb. iner. att. cult.	18,2	1,1	3,4	0,6	1,6	1,2	1,9	3,1	1,3
Serv. priv. iner. att. cult.	7,9	0,9	0,9	0,3	0,6	0,5	0,8	1,4	0,3
Enti e organ. sportive	27,2	2,4	3,7	1,1	1,9	2,5	1,9	3,4	1,9
Inst. sportive amm. pubb.	6,2	0,9	1,1	0,4	0,9	0,6	0,6	0,3	0,1
Inst. sportive amm. priv.	12,1	1,1	2,9	0,3	1,0	1,1	0,8	1,2	1,0
Istruzione universitaria	78,0	3,6	6,3	2,2	7,7	3,5	6,6	15,2	10,5
Istruzione prim. e second.	1090,0	76,0	156,8	30,5	68,4	80,5	63,2	102,5	113,7
Scienze formaz. profession.	39,1	4,0	8,5	1,2	4,2	2,4	2,0	2,7	2,3
Totale add. sett. culturali	1558,7	116,6	265,5	43,1	108,0	113,1	92,7	177,6	142,7
% sul totale addetti	9,2	7,1	7,7	7,4	7,1	7,4	7,4	12,8	13,3

segue tabella 1

	Italia	Piemonte	Lombard.	Liguria	Em.Rom.	Veneto	Toscana	Lazio	Campan.
Stampa giorn. quotid.	100,0	3,0	36,7	1,7	11,3	4,6	6,4	24,3	0,0
Altre arti grafiche	100,0	10,4	30,0	2,1	8,4	10,5	5,0	14,4	4,3
Legatorie e rilegatorie	100,0	1,6	32,1	2,1	8,1	15,2	6,9	9,9	2,0
Ind. colleg. alla stampa	100,0	7,0	53,4	2,1	8,0	9,3	6,0	6,4	1,5
Editoria	100,0	11,9	49,0	1,6	5,5	3,7	3,5	15,8	2,2
Enti ricerca pubblici	100,0	4,6	7,7	1,5	7,9	3,4	7,0	41,5	5,2
Enti ricerca privati	100,0	20,3	31,4	0,7	3,6	1,9	1,8	20,8	5,2
Distribuzione films	100,0	5,4	11,3	2,6	6,5	4,3	3,1	41,2	6,1
Salte cinematografiche	100,0	7,4	14,5	4,6	12,5	7,0	8,4	7,4	6,6
Radio e televisioni pubb.	100,0	13,6	11,4	1,4	1,6	1,5	1,9	47,9	5,4
Radio e televisioni priv.	100,0	5,6	12,4	3,1	5,8	5,6	5,6	7,6	8,5
Spettacoli	100,0	9,1	10,5	7,1	15,1	10,1	10,8	11,6	2,4
Serv. pubb. iner. att. cult.	100,0	5,9	18,5	3,5	8,6	6,6	10,6	17,2	7,3
Serv. priv. iner. att. cult.	100,0	11,5	11,3	3,1	7,2	6,4	9,8	17,9	3,9
Ente e organ. sportive	100,0	8,9	13,6	3,9	7,2	9,3	7,1	12,6	7,0
Inst. sportive amm. pubb.	100,0	14,7	17,5	5,8	14,3	9,3	10,1	4,1	1,3
Inst. sportive amm. priv.	100,0	9,5	24,0	2,8	8,6	9,3	6,3	9,8	8,1
Istruzione universitaria	100,0	4,7	8,1	2,9	9,9	4,5	8,5	19,5	13,5
Istruzione prim. e second.	100,0	7,0	14,4	2,8	6,3	7,4	5,8	9,4	10,4
Scuole formaz. profession.	100,0	10,2	21,8	3,1	10,8	6,2	5,2	6,9	6,0
Totale add. sett. culturali	100,0	7,5	17,0	2,8	6,9	7,3	5,9	11,4	9,2
Totale attività extraagri.	100,0	9,7	20,4	3,4	9,0	9,0	7,5	8,2	6,3

Fonte: Istat, 6° Censimento generale dell'industria 1981

connessi alla ricerca va imputato anche all'esistenza in Piemonte (sino al 1990) di una unica sede universitaria, e cioè Torino, mentre in altre regioni di minori dimensioni le sedi universitarie sono normalmente più di una. Questo problema è da considerarsi avviato ad un superamento, con la recente istituzione di una seconda Università piemontese, con facoltà distaccate in varie province (Alessandria, Vercelli, Novara) di recente sperimentazione ed istituzione. Anche la concessione di nuovi indirizzi di studio (come il corso di laurea in Psicologia a Magistero e l'indirizzo di Tecniche della Comunicazione a Lettere) contribuiscono a sbloccare una situazione che portava numerosi studenti piemontesi a frequentare l'Università in altre regioni, senza che vi fosse la possibilità di attivare consistenti flussi in senso contrario. E' probabile che l'avvio di un interscambio generalizzato a livello europeo, già attualmente in corso e destinato a crescere con il 1992, porti ad una ulteriore valorizzazione di questo sotto settore. I dati sono per ora limitati, visto che l'Italia sta registrando un'espansione superiore alla media, passando da 37 progetti di cooperazione interuniversitaria a livello europeo nel 1987-88, a 184 progetti nel 1989-90, e da 220 studenti che usufruivano tre anni fa di facilitazioni e borse connesse alla mobilità universitaria, a 2.870 nel 1989-90.

Da ultimo, e per completare il quadro degli aspetti strutturali che emergono dall'esame dei dati relativi alla consistenza degli addetti ad attività e professioni culturali, sono da segnalare altri squilibri inerenti a taluni sotto settori. Come vedremo più avanti, in Piemonte si ha una particolare vitalità e vi sono possibilità di sviluppo nel sotto settore della piccola editoria e delle imprese grafiche, mentre si ha un livello alquanto basso di addetti al giornalismo. E' un dato significativo anche a livello di sistema. Esso pure, infatti, mette in luce uno stesso squilibrio fra hard e soft, fra capacità produttiva e potenzialità del settore, e carenze relative a meccanismi di autoregolazione e di feed back, come il ruolo di interfaccia dell'operatore pubblico tra la struttura produttiva di conoscenze e gli utilizzatori, o come l'inadeguato sviluppo del giornalismo, che funge da cerniera fra il sistema degli interessi e delle attività, e il pubblico di consumo.

2.3. La consistenza del patrimonio culturale: beni monumentali, musei e biblioteche in Piemonte

Mentre appare ben caratterizzata, sul piano nazionale ed europeo, dal punto di vista dei beni paesaggistici e demo-antropologici, rispetto ai

quali ha una immagine definita e apprezzata, la regione piemontese non attiva flussi consistenti di turismo culturale, e dal punto di vista dei beni monumentali ed artistici presenta un profilo meno noto e minore di altre regioni italiane. E ciò in presenza di un patrimonio complessivo di tutto rispetto, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo, come appare documentato dalla catalogazione dei beni architettonici promossa dalla Regione sin dal 1978 e recentemente conclusasi, che ha messo in luce in oltre dieci anni di lavoro e di attenta ricognizione, una ricchezza spesso originale ed insospettata. Nei 1.209 comuni piemontesi si hanno infatti circa trentamila "beni" di varia natura e dimensione, che vanno dai semplici piloni votivi e dai cascinali nelle campagne, sino ai grandi monumenti come i castelli, le fortezze, le residenze regie. Una consistenza storico-patrimoniale notevole, che in altri contesti nazionali e istituzionali -si pensi anche soltanto a certe zone della Francia o della Germania- avrebbe dato luogo a forme di valorizzazione ben più sostenute dal pubblico come dal privato, e all'affermarsi di un'immagine regionale con tratti culturali e turistici assai più pronunciati e dotati di ben maggiore "appeal".

I fattori che portano a questo sotto-dimensionamento dell'immagine della regione sul piano culturale-monumentale sono di vario carattere. In primo luogo, l'Italia è ricca di aree nelle quali si concentrano beni artistici e culturali di rilevanza mondiale. Una stima approssimata, di fonte Unesco, fa ritenere com'è noto che il 50% dei beni e del patrimonio culturale mondiale sia all'incirca concentrato nel nostro paese. Ciò porta inevitabilmente ad uno svantaggio comparativo, in quanto il patrimonio monumentale ed architettonico piemontese pur essendo di alto livello se raffrontato con altre regioni nel contesto europeo, non presenta caratteristiche di eccezionalità storico-artistiche tali da conferirgli di per sé uno dei primi posti in Italia. A questo "svantaggio comparativo" derivante dall'essere la nostra regione inserita in un contesto nazionale di prevalente eccezionalità del patrimonio culturale, va aggiunto un secondo fattore, e cioè che l'insediamento di attività produttive e industriali nella regione spinge ad un interscambio regionale e transnazionale orientato ad attività non culturali. Solo nella più recente fase di post-industrialismo, la cultura assume più diversificate accezioni che si configurano in proprie valenze sociali ed economiche quali "risorse" (Bagnasco, 1990).

A questi due fattori che determinano la sotto valorizzazione del patrimonio culturale piemontese, deve poi aggiungersene un terzo, sicuramente decisivo, e cioè l'inadeguata organizzazione interna del sistema ed i suoi squilibri. Da un lato, il Piemonte rappresenta una regione che, come

si è detto, ha per tradizione un'alta dotazione di strutture culturali prestigiose, per cui, ad esempio, in Piemonte è localizzato -secondo dati Istat- un numero maggiore di "Istituti Statali di antichità e d'arte" che in Lombardia (14 contro 11). Ma dall'altro, questa presenza di strutture museali rappresenta il residuo di un modello di organizzazione prevalentemente istituzionale e pedagogistica di fruizione dei beni culturali che, se non si rinnova, appare oggi del tutto superato. Ciò ad esempio appare evidente se si considera che il flusso di visitatori attivato da queste strutture non ha rilevanza economica, in quanto la maggioranza di essi ha usufruito di ingressi gratuiti. Si deve di conseguenza ritenere che si tratti di scolaresche. Un altro aspetto di squilibrio del sistema, da questo punto di vista, è poi costituito dal fatto che la maggioranza delle strutture statali in questo sotto settore -e cioè 8 su 13- sono insediate nel capoluogo metropolitano, e che queste strutture attivano il 92% del flusso complessivo, mentre solo l'8% è attivato dalle altre 5 province.

Ed infine, va segnalata una forte segmentazione fra i vari tipi di musei. La mancanza di una legislazione statale o regionale che definisca il concetto di museo e fissi i criteri per distinguere tra musei veri e propri, raccolte, collezioni, ecc., rende difficoltosa una valutazione delle strutture in questo campo. Comunque, secondo un'indagine promossa dall'Assessorato regionale, aggiornata nel 1984, in Piemonte sarebbero operanti 130 realtà museali di vario tipo, tra cui 11 musei statali, 55 civici, 31 appartenenti a istituzioni con personalità giuridica, 21 senza personalità giuridica, 5 ecclesiastici, 3 privati ed uno regionale. Difficile stabilire dove questa fenomenologia rappresenti una differenziazione ed una articolazione dell'offerta, e dove invece costituisca soltanto un fenomeno di dispersione e di segmentazione delle strutture di conservazione e accesso dei beni culturali. Si aggiunga, per completare questo quadro, che oltre il 35% delle strutture museali piemontesi risultano gestite unicamente da personale volontario, ed il 31% e più da personale comunale adibito anche ad altre mansioni. In sostanza quindi soltanto un terzo -e cioè il 34%- ha ruoli e mansioni definite in modo univoco e istituzionalizzato.

Come si è detto, questo quadro di residualità di strutture relative ad un modello prevalentemente istituzionale-statale di organizzazione della cultura è poi fortemente aggravato da caratteri vecchi e nuovi di obsolescenza, degrado, fuoriusso delle strutture stesse. A lungo strutture civiche fondamentali come Palazzo Madama, Galleria d'arte moderna, Raccolta Numismatica, Museo del Cinema ed altre, sono state inagibili e poco utilizzabili per un pubblico largo, di non addetti e non specialisti.

Bisognerebbe in proposito distinguere non soltanto i "beni" ma anche i "circuiti" di fruizione e comunicazione cui danno luogo. Se da un lato si pongono i "grandi beni", come le residenze sabaude oppure il Lingotto, la cui valorizzazione ha implicazioni per il disegno urbano o per l'immagine complessiva d'una Regione, e richiede la convergenza di risorse finanziarie, organizzative e intellettuali sia pubbliche che private, ed ha inoltre bisogno di una programmazione a medio e lungo periodo in termini di eventi e di un ritorno assicurato attraverso le comunicazioni di massa, dall'altro lato vi sono quei beni che richiedono interventi più capillari, meno sfruttabili nella comunicazione di massa e quindi meno finanziabili a ritorni di immagine per i privati, ma che tuttavia producono un "effetto di contesto" indispensabile per la qualificazione di un'area e della sua vocazione storica ed economica, e che debbono sostanzialmente essere affidati alla spesa pubblica. Il restauro ed il riuso dei centri storici dei capoluoghi piemontesi, così come il recupero di monumenti singoli di varia rilevanza e dimensione, dal Sacro Monte di Varallo alla ristrutturazione dell'ex Orfanotrofio femminile di Saluzzo, che ospiterà la scuola di perfezionamento musicale, rappresentano esempi di questo secondo tipo di "beni" e di "circuiti" che nella regione piemontese appaiono essenziali. Ed un cenno, infine, meritano i beni demo-antropologici, dal folklore alle arti e mestieri, sino alle tradizioni culinarie, di cui il Piemonte è particolarmente ricco e che solo da qualche tempo trovano adeguata attenzione e valorizzazione anche tramite apposite strutture museali, per lo più a livello comunale e locale.

Occorre infine includere nella considerazione del patrimonio culturale d'una regione e delle strutture adibite alla sua manutenzione e fruizione, anche le "biblioteche". Qui pure sarebbe necessario distinguere tra le strutture relative alla conservazione di "beni librari" vere e proprie, e le strutture di divulgazione e di circolazione di testi che debbono viceversa servire alla più ampia consultazione e lettura. Mentre riguardo al primo tipo di strutture i problemi che si riscontrano nella nostra regione non si differenziano sostanzialmente da quelli relativi alle strutture museali di cui si è prima parlato -e cioè, la loro disseminazione e segmentazione, i problemi di ristrutturazione, di modernizzazione, di carenze di personale e di inadeguato accesso da parte del pubblico-, altri problemi si pongono viceversa riguardo al secondo tipo di strutture. In seguito all'aumentata scolarizzazione ed alla socializzazione operata dalle comunicazioni di massa, oltre che alla crescita della produzione libraria, è ormai venuta meno la differenza, che in passato era piuttosto netta, tra il lettore generico e il

lettore specializzato. Le biblioteche locali e zonali tendono perciò a caratterizzarsi sempre più come centro associativo polivalente e come canale distributivo complementare a quelli del mercato.

Un'indagine condotta dalla Regione Piemonte sugli utenti delle Biblioteche locali e zonali, con un campione di 33.000 soggetti, mostra come la quota più consistente di utenza sia costituita da studenti (circa il 62%). Attualmente dunque le funzioni del centro librario e distributivo da esse costituito sono soprattutto di integrazione della preparazione scolastica, anche se le nuove tecnologie telematiche possono nel prossimo futuro trasformare queste biblioteche locali in un centro di scambio di informazioni e di notizie che può allargarsi ben oltre il puro prestito librario e coinvolgere altre categorie di popolazione. Va ricordato in proposito che la Regione ha affrontato il problema attraverso la legge n. 78 del dicembre 1978, che mira alla costituzione in Piemonte di una rete integrata di sistemi bibliotecari attraverso servizi telematici unificati, nel quadro dell'SBN o servizio bibliotecario nazionale, che trova nell'esperienza piemontese uno dei suoi più avanzati momenti di sperimentazione e attuazione.

CONSUMI CULTURALI E PUBBLICO DELLO SPETTACOLO IN PIEMONTE

3.1. *Alcuni elementi comparativi sulla spesa del pubblico per lo spettacolo*

Nella considerazione della cultura come sistema di attività, un ruolo decisivo riveste la domanda e l'offerta di spettacolo. Ciò in quanto è lo spettacolo che nell'insieme dà luogo alla costituzione di pubblici e di forme di fruizione aggregata; e perchè, come si è ripetuto in precedenza, è lo spettacolo che permette il superamento della concezione elitistica e pedagogica della cultura, allargandone l'ambito di fruizione. L'andamento dei consumi dello spettacolo rappresenta, quindi, un significativo indicatore del funzionamento e delle dinamiche interne di un sistema locale di attività culturali.

Al fine di inquadrare il caso piemontese rispetto ai trends nazionali ed internazionali, va ricordato in primo luogo che nel nostro paese la quota dei consumi ricreativi culturali è rimasta sostanzialmente costante rispetto ai consumi totali ed al Pil negli ultimi trent'anni (tab. 1).

All'interno di essa, l'incidenza della spesa per gli spettacoli presenta invece una netta e progressiva diminuzione (da oltre il 18% a meno del 10%). Si tratta di un trend in atto anche in altri paesi, con il quale si assiste all'affermarsi di nuovi orientamenti e comportamenti socio-culturali, caratterizzati fra l'altro da una espansione dei consumi che potremmo definire "home oriented" (televisione, home video, hi-fi).

Una delle componenti della diminuzione della spesa per gli spettacoli è costituita dalla crescente crisi del settore cinematografico, mentre si ha un forte incremento della fruizione di musica leggera. Com'è noto, la documentazione e la ricostruzione delle linee di tendenza nel campo dei consumi di spettacolo è resa possibile in Italia dai dati forniti dalle rilevazioni Siae, l'ultima delle quali si riferisce al 1987. In base ad essa si nota come, rispetto all'anno precedente, il complesso delle attività teatrali e musicali fa registrare un incremento a livello nazionale in termini sia di of-

Tabella 1 Incidenza della spesa per gli spettacoli sul prodotto interno lordo e sui consumi
(in miliardi di lire correnti)

Anni	Prodotto interno lordo	Consumi finali delle famiglie (*)	Consumi di carattere ricreativo e culturale (**)	Spesa per gli spettacoli (***)	Incidenza %		
					sul prodot- to interno lordo	sui consumi finali	sui consumi ricreativi e culturali
1951	10.732	7.545	422	105,0	0,98	1,39	24,91
1961	25.810	16.179	1.294	224,0	0,87	1,38	17,31
1971	68.510	43.249	3.208	482,7	0,70	1,12	15,05
1972	75.124	47.585	3.474	527,2	0,70	1,11	15,18
1973	89.746	56.584	4.123	595,3	0,66	1,05	14,44
1974	110.719	70.197	5.033	696,5	0,63	0,99	13,84
1975	125.378	81.446	5.968	855,3	0,68	1,05	14,33
1976	156.657	99.504	7.119	914,7	0,58	0,92	12,85
1977	190.083	120.329	9.010	1.043,9	0,55	0,87	11,59
1978	222.254	139.902	10.551	1.143,0	0,51	0,82	10,83
1979	270.198	169.396	12.416	1.252,2	0,46	0,74	10,09
1980	390.432	244.126	19.200	1.519,1	0,39	0,62	7,91
1981	468.049	291.647	22.673	1.892,5	0,40	0,65	8,35
1982	545.124	342.497	26.002	2.190,4	0,40	0,64	8,42
1983	631.575	395.056	30.212	2.446,0	0,39	0,62	8,10
1984	727.798	453.507	35.935	2.658,6	0,37	0,59	7,40
1985	815.630	509.986	41.280	3.190,5	0,39	0,63	7,73
1986	902.238	559.158	47.103	3.450,4	0,38	0,62	7,33
1987	982.595	611.610	49.865	3.868,4	0,39	0,63	7,76

(*) Consumi finali interni

(**) Spesa per ricreazione, spettacoli, istruzione e cultura (cioè acquisto di libri, giornali e periodici; apparecchi radiotelevisivi e altri beni di carattere ricreativo, istruzione, spettacoli e altri servizi)

(***) Inclusi gli abbonamenti alla Rai, per uso privato, ma escluso l'acquisto di dischi e di altri mezzi di riproduzione sonora o visiva

Fonti: Istat, Annuario di contabilità nazionale, Roma, 1984; Relazioni generali sulla situazione economica del Paese, anni 1970-87. I dati sono stati aggiornati secondo il ricalcolo effettuato dall'Istat per gli anni più recenti, che ha rettificato le voci che formano il reddito nazionale per tener conto di flussi di reddito non identificati in precedenza

ferta di rappresentazioni (che passano dalle 95.500 del 1986 alle 98.600 del 1987, con un aumento del 3,2%), che di domanda (con un tasso di incremento più che doppio, del 6,8%). Si passa così da 24,5 a 26,1 milioni di spettatori, e da un incasso complessivo di 329,7 miliardi di lire che si è accresciuto del 24,1% in valori assoluti e del 18,6% in valori al netto dell'inflazione.

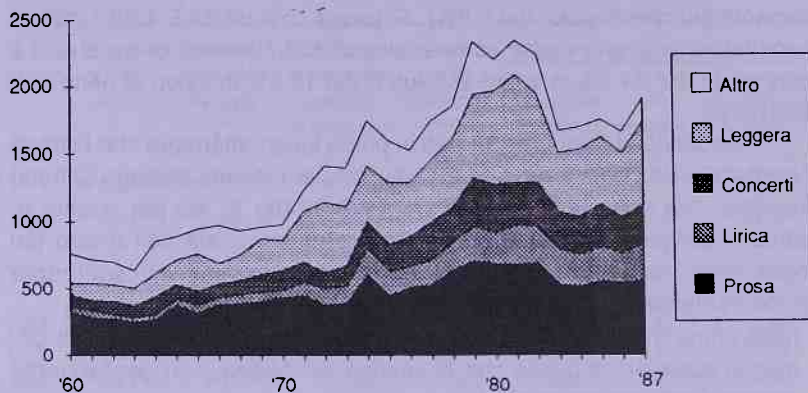
Guardando al Piemonte, si può in primo luogo affermare che l'offerta di spettacoli nella nostra regione è aumentata in maniera analoga al trend nazionale, con una punta nel periodo 1978-82 (fig. 1) sia per quanto riguarda il complesso delle attività teatrali e musicali, sia nell'ambito dei singoli sotto settori. All'interno di questa tendenza, che caratterizza l'ultimo trentennio, si possono ulteriormente individuare tre fasi (fig. 2):

- nella prima metà degli anni '70, si assiste ad un incremento della domanda superiore a quello che si verifica nell'offerta, con conseguente aumento delle presenze medie;
- nella seconda, corrispondente alla fine degli anni '70 ed ai primi anni '80, si ha un incremento dell'offerta che risulta superiore a quello della domanda, con conseguente diminuzione delle presenze medie;
- nella terza, infine, corrispondente al periodo più recente, e sensibilmente segnata dalle vicende relative all'effetto Statuto (e dall'aumento dei controlli e all'interpretazione restrittiva delle norme di sicurezza, con conseguente minore disponibilità di attrezzature e locali), sia l'offerta che la domanda presentano un andamento oscillante e che fa registrare una leggera diminuzione delle presenze medie.

Grosso modo, quindi, l'andamento dei consumi ricreativo-culturali corrisponde a quelle linee di tendenza ed alle fasi che il sistema presenta nel suo complesso (par. 1.2.). Un confronto interregionale fra il Piemonte e le regioni italiane assimilabili per contesto socioeconomico, reddito pro-capite e livello di consumi, mette in luce come i diversi generi di spettacolo pesino in relazione alla spesa complessiva del pubblico (tabb. 2 e 3). Pur rilevando tendenze pressochè analoghe in tutte le regioni relativamente ad una comune maggiore incidenza dei "trattenimenti vari", tra questi tuttavia è opportuno ricordare che in Piemonte il ballo rappresenta la voce di gran lunga preponderante (quasi il 60%), con una rappresentanza decisamente superiore ai valori corrispondenti ad altre regioni.

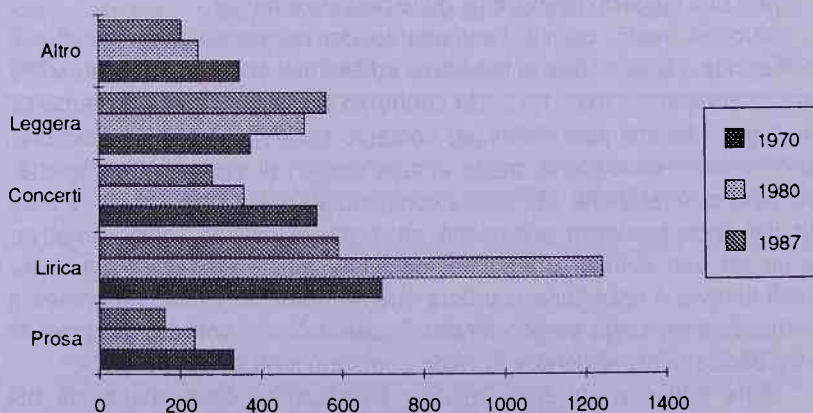
Altre osservazioni sono relative all'incidenza della spesa sia nel settore del cinema (fra le più elevate rispetto alle altre regioni), sia nel settore degli spettacoli teatrali e musicali (considerevolmente inferiore).

Figura 1 Biglietti venduti 1960-87. Piemonte (1960=100)



Fonte: Elaborazioni Ires su dati Siae

Figura 2 Spettatori medi per tipo di spettacolo. Piemonte



Fonte: Elaborazioni Ires su dati Siae

Tabella 2 Tutti gli spettacoli: spesa del pubblico. Anno 1987 (in migliaia di lire)

	Tipologia spettacoli					
	Attività teatrali e musicali	Cinema	Trattenimenti vari	Manifestaz. sportive	Televisione	Totale
Piemonte	24.353.708	52.874.266	118.311.994	29.974.623	117.255.877	342.770.468
Lombardia	73.607.779	110.423.012	209.078.637	90.631.230	241.270.093	725.010.751
Veneto	35.334.753	40.090.941	126.030.217	30.675.002	112.067.179	344.198.092
Liguria	12.575.376	26.913.968	40.878.507	12.472.709	53.742.701	146.583.261
Emilia R.	28.373.271	70.940.612	187.900.384	50.326.480	111.079.468	448.620.215
Toscana	27.118.238	52.248.757	110.702.353	44.597.544	100.213.238	334.880.130
Lazio	49.325.180	60.489.162	67.204.321	44.071.769	117.874.604	338.965.036
Italia	329.739.251	546.800.855	1.198.351.616	453.516.521	1.340.004.305	3.868.412.548

Fonte: Siae "Lo spettacolo in Italia", Roma 1988

Tabella 3 Incidenza nei vari settori di spettacoli sui totali della spesa regionale

	Tipologia spettacoli					
	Attività teatrali e musicali	Cinema	Tratt. vari	Manifest. sportive	Televisione	Totale
Piemonte	7,1	15,4	34,5	8,7	34,0	100,0
Lombardia	10,2	10,1	28,8	12,5	33,0	100,0
Veneto	10,3	11,6	36,6	8,9	32,0	100,0
Liguria	8,6	18,3	27,8	8,5	36,0	100,0
Emilia R.	6,3	15,8	41,8	11,2	24,0	100,0
Toscana	8,1	15,6	33,0	13,3	29,0	100,0
Lazio	14,6	17,8	19,8	13,0	34,0	100,0
Italia	8,5	14,1	30,9	11,7	34,6	100,0

Fonte: Elaborazioni Ires su dati Siae

Tabella 4 Attività teatrali e musicali - Biglietti per 100 abitanti e spesa per abitante nei capoluoghi, nel resto delle province e nel totale delle province piemontesi e alcune regioni

	Capoluoghi		Resto delle province		Totale delle province	
	biglietti per 100 abitanti (n.)	spesa per abitante (lire)	biglietti per 100 abitanti (n.)	spesa per abitante (lire)	biglietti per 100 abitanti (n.)	spesa per abitante (lire)
Torino	112	17.120	15	732	59	8.136
Vercelli	61	7.706	18	1815	24	2.596
Novara	56	5.969	24	2.882	30	3.514
Cuneo	104	10.003	18	1.260	26	2.153
Asti	38	2.969	24	2.425	29	2.620
Alessandria	60	6.694	17	1.597	26	2.679
Piemonte	98	14.231	17	1.410	44	5.548
Lombardia	157	29.015	19	1.330	54	8.292
Veneto	147	27.896	17	1.415	50	8.080
Liguria	77	9.808	28	4.029	55	7.149
Emilia Romagna	116	14.862	34	2.936	64	7.218
Toscana	109	16.445	31	3.270	57	7.593
Lazio	106	15.143	18	1.426	70	9.641
Italia Settentr.	125	19.824	23	1.844	54	7.321
Italia Centrale	102	14.887	26	2.598	59	7.977
Italia Meridionale	60	7.121	15	1.165	26	2.602
Italia Insulare	73	6.301	15	1.136	34	2.808
Italia	101	14.517	20	1.695	46	5.756

Fonte: Siae, "Lo spettacolo in Italia", Roma 1988

Un'ulteriore conferma della debole domanda in quest'ultimo settore viene fornita dalla lettura dei dati relativi alle presenze complessive nel settore (tab. 4). In Piemonte, infatti, nel corso dell'anno solo 44 abitanti su cento hanno assistito ad almeno uno spettacolo; un dato che, come si può rilevare dal confronto con le altre regioni, appare decisamente basso.

Al contrario, i prezzi medi dell'ingresso agli spettacoli risultano essere in Piemonte sostanzialmente analoghi a quelli delle altre regioni considerate, in tutti i generi di spettacolo (tab. 5). Ciò porta ad escludere che il fattore prezzo abbia un'incidenza negativa sulla domanda del pubblico, ed il fatto che tale domanda sia inferiore deve dunque essere spiegato in base ad altri fattori.

Tabella 5 Attività teatrali e musicali. Prezzi medi d'ingresso (in lire). Anno 1987

	Prosa e dialett. rivista e comm. musicale	Lirica e balletti	Concerti musica classica	Concerti e spett. musica leggera	Operetta	Altre attività
Piemonte	10.596	19.941	8.073	14.712	16.262	5.581
Lombardia	12.746	43.888	9.496	15.190	20.682	5.288
Veneto	8.828	28.599	10.329	14.106	18.430	6.029
Liguria	11.272	19.129	9.637	18.022	11.944	6.811
Emilia R.	8.876	17.126	10.979	13.678	29.029	4.953
Toscana	10.744	17.592	11.276	16.373	14.202	5.572
Lazio	11.908	18.489	14.350	18.582	10.919	3.263
Italia	10.146	23.762	9.456	14.750	17.077	5.188

Fonte: Siae, "Lo spettacolo in Italia", cit.

Concentrando l'attenzione sui rapporti fra offerta e domanda di spettacolo nei settori teatrale e musicale in Piemonte (tab. 6 e tab. 7), un primo confronto temporale con il periodo più recente, e cioè con il 1985, evidenzia (tab. 8) come l'offerta complessiva di teatro e musica abbia visto un incremento, sia in valori assoluti che percentuali, fra i più elevati delle regioni italiane, mentre, viceversa, la domanda non pare registrare incrementi altrettanto rilevanti (tab. 9).

Sempre relativamente all'offerta, la quota più consistente dell'incremento si concentra nella provincia di Torino, e riguarda principalmente il settore della prosa (+849 rappresentazioni), della musica classica (+148 rappresentazioni), dei burattini e marionette (+165 rappresentazioni). Da

Tabella 6 Rappresentazioni teatrali e musicali. Anno 1987

	Prosa	Teatro diale- tale	Lirica balletti	Concerti musica classica	Ope- retta	Rivista Comm. musicali	Concerti musica leggera	Buratt. mario- nette	Saggi cultur.	Tot.
Capoluogo										
Torino	2.128	71	350	273	15	27	305	178	94	3.441
Vercelli	20	1	15	34	-	-	13	-	2	85
Novara	77	3	11	33	-	1	32	-	7	164
Cuneo	81	3	3	29	-	-	17	1	7	141
Asti	81	11	8	24	1	2	19	-	2	148
Alessandria	103	-	13	13	-	4	35	-	4	172
Tot. prov.										
Torino	2.673	158	369	531	15	55	553	254	109	7.395
Vercelli	85	7	17	108	1	5	102	13	7	345
Novara	156	6	17	178	2	3	98	30	20	510
Cuneo	211	77	7	109	-	5	156	12	13	590
Asti	116	20	11	41	1	5	61	1	5	261
Alessandria	183	10	51	49	-	4	129	2	6	434
Regioni										
Piemonte	3.424	278	472	1.016	19	77	1.099	312	160	6.857
Lombardia	7.724	631	694	2.585	81	294	2.715	428	158	15.310
Liguria	1.371	194	125	445	27	62	392	77	86	2.779
Toscana	3.208	213	523	1.207	27	76	1.076	267	94	6.575
Veneto	2.860	766	404	1.288	13	56	927	49	68	5.878
Emilia R.	4.187	232	479	1.239	56	90	1.212	262	72	8.363
Lazio	16.925	943	684	1.504	3	731	1.187	651	324	22.241
Italia	56.138	4.535	4.764	13.498	385	1.899	12.578	3.251	1.573	98.621

Fonte: Siae, "Lo spettacolo in Italia", cit.

soli, questi sotto settori rappresentano infatti l'86% dell'incremento complessivo registrato nella nostra regione.

Parimenti, gli incrementi registrati nelle presenze non appaiono inferiori: infatti, se si considerano i settori della prosa e della musica classica si nota che il rispettivo incremento sia in valori assoluti (+18.415 biglietti venduti per la prosa e +20.518 biglietti venduti per la classica), sia in valori percentuali (pari a +6% per la prosa e +9% per la classica), è significativo.

Tabella 7 Biglietti venduti per tipo di spettacolo teatrale e musicale. Anno 1987

	Prosa	Teatro diale- tale	Lirica balletti	Concerti musica classica	Ope- retta	Rivista Comm. musicali	Concerti musica leggera	Buratt. marion- nette	Saggi cultur.
Capoluogo									
Torino	330.213	14.575	239.023	186.045	13.042	9.097	318.280	10.212	40.037
Vercelli	6.375	561	5.814	5.746	-	-	11.688	-	891
Novara	27.647	644	4.080	3.401	-	192	18.926	-	2.245
Cuneo	23.775	1.073	139	5.795	-	-	23.119	236	3.735
Asti	9.661	1.497	3.065	4.392	212	821	8.616	-	636
Alessandria	30.286	-	6.364	3.534	-	2.302	13.548	-	1.112
Tot. prov.									
Torino	373.849	26.280	241.872	217.204	13.042	22.983	392.084	13.702	43.648
Vercelli	25.723	1.556	6.139	14.039	771	1.924	36.318	972	3.290
Novara	48.173	1.589	6.426	27.636	818	539	53.122	3.544	9.352
Cuneo	44.224	10.134	882	14.034	-	1.044	68.595	370	5.204
Asti	14.602	3.071	3.619	6.388	212	1.503	30.483	175	1.443
Alessandria	47.093	1.961	20.483	7.223	-	2.302	37.807	124	2.167
Regioni									
Piemonte	553.664	44.591	279.421	286.524	14.843	30.295	618.409	18.887	65.104
Lombardia	1.852.928	102.414	415.583	829.956	55.624	162.660	1.237.007	57.464	46.513
Liguria	674.179	41.766	666.702	276.949	7.427	22.085	465.984	7.947	22.220
Toscana	412.094	52.407	61.306	125.186	8.006	50.616	229.645	7.991	14.869
Veneto	948.037	153.464	264.845	310.898	19.109	40.912	713.382	27.125	19.887
Emilia R.	651.796	28.319	251.159	335.900	10.806	34.042	661.714	26.627	18.587
Lazio	1.823.037	30.532	254.719	473.570	993	291.606	638.578	54.252	37.247
Italia	10.235.442	895.833	2.897.497	4.006.790	209.522	796.878	6.445.806	280.383	361.302

Fonte: Siae, "Lo spettacolo in Italia", cit.

Una specifica considerazione si deve fare relativamente alla quota di spettatori medi per rappresentazione (tab. 10), che mostra un calo generale. Sicuramente tale fenomeno va interpretato in relazione all'incremento verificatosi, altrettanto generalmente, nell'offerta. Esso tuttavia è particolarmente rilevante nella realtà piemontese, dove pare assumere dimensioni più vistose nel settore della prosa.

Nel confronto con altre regioni, l'andamento di questo settore risulta in Piemonte particolarmente penalizzante in quanto al numero di presenze medie (tab. 11) che, in particolare, ove si disaggregano ulteriormente i dati a livello provinciale, appaiono fortemente contratte in provin-

cia di Torino, ed anche nel capoluogo metropolitano, sono decisamente inferiori a quelle di altre realtà provinciali.

Tornando ai dati globali regionali, i valori relativi alle presenze ogni 100 abitanti (tab. 12), ribadiscono i livelli inferiori piemontesi nel settore della prosa rispetto ai corrispondenti valori in altre regioni, compreso quello nazionale. Se è vero, dunque, che un confronto temporale nell'ambito regionale mostra generalmente segni di ripresa, paiono altresì evidenti le strozzature da superare in altri settori.

Tabella 8 Numero di rappresentazioni per tipo di spettacolo. Anno 1985

	Prosa	Teatro dialet- tale	Lirica balletti	Concerti musica classica	Ope- retta	Rivista Comm. musicali	Concerti musica leggera	Buratt. mario- nette	Saggi cultur.	Totale
Capoluogo										
Torino	1.463	14	292	269	23	29	194	64	70	2.418
Vercelli	16	-	9	81	-	-	18	-	1	125
Novara	37	3	14	49	-	-	34	-	6	143
Cuneo	45	4	1	25	-	-	11	-	4	90
Asti	30	6	9	29	-	-	23	-	-	97
Alessandria	81	1	19	21	1	1	39	5	3	171
Tot. prov.										
Torino	1.821	90	323	451	24	31	531	69	83	3.423
Vercelli	107	3	17	153	4	1	76	16	3	380
Novara	106	8	19	149	-	3	148	38	23	494
Cuneo	191	63	5	106	-	8	135	4	14	526
Asti	70	20	16	49	-	-	60	1	3	219
Alessandria	149	20	44	77	4	2	129	7	6	438
Regioni										
Piemonte	2.444	204	424	985	32	45	1.079	135	132	5.480
Lombardia	6.939	678	622	2.786	12	1.032	3.047	321	126	15.563
Liguria	1.183	168	143	549	32	44	372	60	27	2.578
Toscana	2.714	153	420	1.159	70	66	1.163	160	51	5.956
Veneto	2.110	206	396	1.337	8	67	747	27	67	4.965
Emilia R.	3.312	670	404	1.304	34	115	1.370	219	60	7.488
Lazio	15.558	223	653	1.425	12	544	1.223	452	308	20.398
Campania	3.973	1.050	180	390	35	68	688	28	66	6.278
Italia	48.267	4.860	4.394	13.790	367	2.154	12.871	2.336	1.257	90.296

Fonte: Istat, statistiche culturali, 1987

Tabella 9 Confronto 1985-87 per numero rappresentazioni, biglietti venduti e spettatori medi

	N. rappresentazioni 1985-87		N. biglietti 1985-87		Spettatori medi	
	V.A.	%	V.A.	%	1985	1987
Piemonte	1.377	25,1	157.693	8,9	320	278
Lombardia	-353	-2,2	564.608	-13,4	269	310
Veneto	560	11,2	199.670	10,0	399	371
Liguria	221	8,5	37.201	4,0	358	346
Emilia Romagna	875	11,6	244.228	10,8	300	298
Toscana	619	10,3	118.926	6,2	319	307
Lazio	1.843	9,2	381.829	11,8	157	162
Italia					266	266

Fonte: Elaborazioni Ires su dati Siae, 1989

Tabella 10 Spettatori medi per tipo spettacolo. Anno 1987

	Prosa	Teatro dialet- tale	Lirica balletti	Concerti musica classica	Ope- retta	Rivista Comm. musicali	Concerti musica leggera	Burattini mario- nette	Saggi culturali
Piemonte	161	160	591	282	781	393	562	60	406
Lombardia	239	162	598	321	686	553	455	134	294
Veneto	235	196	1.650	215	571	394	502	162	326
Liguria	300	270	490	281	296	816	585	103	172
Emilia R.	226	200	552	250	341	730	588	103	276
Toscana	203	291	480	278	400	447	614	99	197
Lazio	107	131	372	314	331	398	537	83	114
Italia	182	197	608	296	544	419	512	86	229

Fonte: Elaborazioni Ires su dati Siae, 1989

Tabella 11 Prosa: spettatori medi negli anni 1985-87

	1985	1987
Capoluoghi		
Torino	215	155
Vercelli	435	318
Novara	509	359
Cuneo	487	293
Asti	241	119
Alessandria	462	294
Resto province		
Torino	113	80
Vercelli	448	297
Novara	306	259
Cuneo	166	157
Asti	153	141
Alessandria	201	210
Province (totale)		
Torino	195	139
Vercelli	446	302
Novara	377	308
Cuneo	242	209
Asti	190	125
Alessandria	343	257
Regioni		
Piemonte	226	161
Lombardia	246	239
Veneto	277	235
Liguria	311	300
Toscana	235	203
Emilia Romagna	235	226
Lazio	99	107
Italia	190	182

Fonte: Elaborazioni Ires su dati Siae, 1989

Tabella 12 Rapporto fra biglietti venduti e popolazione residente (ogni 100 ab.). Anno 1987

	Prosa	Teatro dialet- tale	Lirica balletti	Concerti musica classica	Ope- retta	Rivista Comm. musicali	Concerti musica leggera	Burattini mario- nette	Saggi culturali
Capoluoghi									
Torino	32,2	1,4	23,3	18,1	1,2	0,8	31,0	0,9	3,9
Vercelli	12,5	1,1	11,4	11,3	-	-	23,0	-	1,7
Novara	26,8	0,6	3,9	3,3	-	0,1	18,3	-	2,1
Cuneo	42,6	1,9	0,2	10,3	-	-	41,4	0,4	6,6
Asti	12,8	1,9	4,0	5,8	0,2	1,0	11,4	-	0,8
Alessandria	31,7	-	6,6	3,7	-	2,4	14,2	-	1,1
Resto prov.									
Torino	3,4	0,8	0,2	2,4	-	1,1	5,8	0,2	2,8
Vercelli	5,2	0,2	-	24,9	0,2	0,5	10,5	0,2	0,7
Novara	5,0	0,1	0,5	6,0	0,2	-	8,5	0,8	1,7
Cuneo	4,1	1,8	0,1	1,6	-	0,2	9,2	-	0,2
Asti	3,6	1,1	0,4	1,4	-	0,5	16,1	0,1	0,5
Alessandria	4,7	0,5	7,0	1,0	-	-	6,8	-	0,2
Regioni									
Piemonte	12,6	1,0	6,3	6,5	0,3	0,7	14,1	0,4	1,4
Lombardia	20,8	1,1	4,6	9,3	0,6	1,8	13,9	0,6	0,5
Veneto	15,4	0,9	15,2	6,3	0,1	0,5	10,6	0,1	0,5
Liguria	23,5	0,3	3,5	7,1	0,4	2,8	13,1	0,4	0,8
Emilia R.	24,1	3,9	6,7	7,9	0,4	1,0	18,1	0,6	0,5
Toscana	18,2	0,7	7,0	9,4	0,3	9,5	18,5	0,7	0,5
Lazio	35,4	0,5	4,9	9,2	-	5,6	12,4	1,0	0,7
Italia	17,8	1,5	5,0	6,9	0,3	1,3	11,2	0,4	0,6

Fonte: Elaborazioni Ires su dati Siae, 1989

3.2. Composizione e tipologie del pubblico degli spettacoli dal vivo in Piemonte

Fino ad ora in Italia le uniche informazioni disponibili relativamente alla domanda, ovvero sul pubblico che frequenta gli spettacoli, consistono nelle rilevazioni della Siae relative alla quota di biglietti venduti. E' più esatto, dunque, parlare di presenze ai vari intrattenimenti, in quanto i dati non forniscono informazioni relative alla composizione socioeconomica della domanda globale e/o settoriale di spettacolo.

Più in generale, si è da varie parti lamentata la carenza, nel nostro paese, di rilevazioni disaggregate sui consumi culturali che, al contrario, a livello internazionale sono da tempo attuate dai vari ministeri culturali; pur permanendo la carenza di indagini a livello nazionale, nel periodo più recente si sono tuttavia attivate rilevazioni su comportamenti e orientamenti del pubblico e della popolazione nei confronti della fruizione culturale.

Fra queste, in una specifica survey condotta sul pubblico piemontese (Ires, 1989) agli spettacoli dal vivo si possono riscontrare la composizione socioeconomica e tipologica degli spettatori, la complementarità tra le varie forme di spettacolo, i suggerimenti per quanto concerne il "marketing" dello spettacolo: dalla necessità di migliorare e sviluppare i sistemi di prenotazione, alla possibilità di sviluppo di attività complementari, sino agli adeguamenti tariffari e le iniziative mirate.

Per quanto concerne le caratteristiche demografiche e socioeconomiche del pubblico piemontese si riscontra -come negli altri paesi europei e negli Usa (tabb. 13-14-15)- la prevalenza di fasce sociali con livelli di istruzione, reddito e categorie professionali medio alti (figg. 3-4-5).

Va però segnalata la peculiarità di livelli di istruzione elevata più che di reddito a testimonianza del ruolo che assume il "capitale culturale" rispetto a quello economico nell'evoluzione della domanda di spettacolo. Basti ricordare che il 32% degli spettatori con più di 24 anni di età risultano laureati, a fronte della quota di laureati nella popolazione piemontese nella medesima fascia di età pari al 3% (fig. 6).

A una prima lettura, dunque, gli spettacoli dal vivo paiono configurare una tipologia di consumo ad elevata specializzazione confermata dalle categorie socio-professionali del pubblico, alcune delle quali (insegnanti, impiegati, liberi professionisti, imprenditori, dirigenti, magistrati, docenti universitari) danno luogo a una forte sovrarappresentazione rispetto alla realtà regionale.

Tabella 13 Caratteristiche socio-economiche del pubblico in Francia (anno 1982).
Incidenza % sul totale popolazione

		Teatro	Concerti	Balletti	Opera	Musei	Gallerie
	Totale	10,3	7,5	5,0	2,0	30,1	21,4
Sesso	Maschi	9,4	8,0	4,3	2,1	30,1	21,0
	Femmine	11,0	7,1	5,7	1,9	30,1	21,8
Età	15-24	10,1	8,6	6,1	1,9	38,0	26,7
	60 e oltre	6,4	4,0	3,1	2,0	19,0	11,9
Stato civile	Single	15,4	11,5	7,4	3,3	39,7	29,6
	Coniugati	8,9	6,5	4,2	1,6	29,5	20,9
Livello istruzione	Scuola obbligo	3,8	3,7	3,1	1,3	20,9	10,0
	Scuola superiore	28,2	20,4	12,6	6,4	55,6	48,6
Stato profess.	Lav. senza qualifica	3,5	3,0	3,3	0,9	19,5	13,2
	Manager e ceti superiori	33,4	29,0	13,1	8,0	61,0	52,0
Luogo residenza	Aree rurali	4,6	4,3	2,1	0,3	20,1	12,7
	Parigi	39,5	27,3	15,9	11,3	55,6	50,0

Fonte: Ministère de la Culture (1982)

L'analisi comparata delle componenti socio-demografiche permette la caratterizzazione in modo sintetico del pubblico ai vari tipi di spettacolo. In altri termini, utilizzando oltre all'età media i valori modali delle frequenze per stato civile, titolo di studio, condizione professionale, si viene a configurare il tipico "spettatore medio" per genere di spettacolo (tab. 16).

Nella prospettiva di una crescente attenzione alla segmentazione del mercato dello spettacolo e alla differenziazione dei target di utenza, assume particolare rilevanza l'analisi dell'incidenza dei diversi canali di informazione utilizzati dagli spettatori.

A questo proposito, i risultati della survey evidenziano (fig. 7) come il principale canale di informazione sia costituito dai giornali quotidiani; una considerevole importanza riveste la diffusione del materiale informativo

Tabella 14 Caratteristiche anagrafiche e livelli di istruzione del pubblico in Canada (anno 1980). Incidenza % sulla popolazione

	Cinema	Musica pop	Musica classica	Teatro
Età				
17-19	64	29	11	12
20-24	59	20	8	10
25-34	41	11	7	9
35-44	30	7	8	9
45-54	19	4	8	7
55-64	12	3	6	7
Livelli di istruzione				
Primaria	14	4	4	3
Pre-Diploma	35	13	7	8
Diploma	42	14	8	9
Post-Diploma	49	17	10	14
Laureati	50	12	15	19

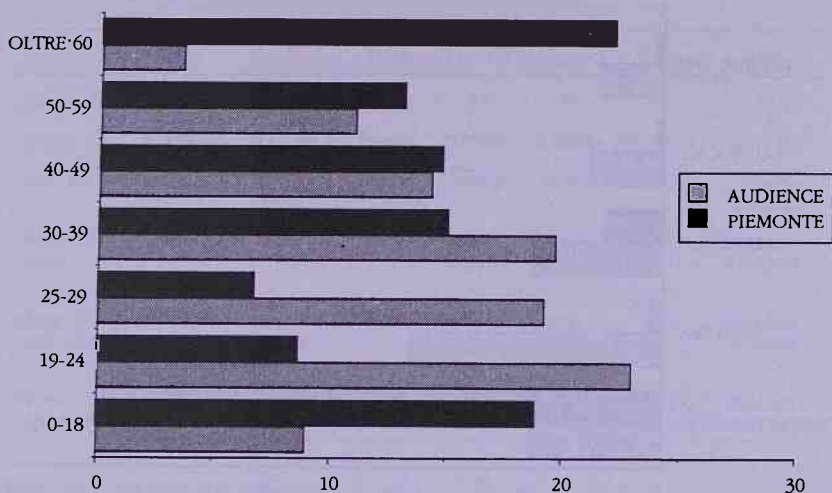
Fonte: Statistics Canada Catalogue 87-001

Tabella 15 Caratteristiche anagrafiche e livello di istruzione del pubblico partecipante a spettacoli dal vivo (teatro e musica) negli Usa (anno 1984)

	Frequenza a teatri o concerti		
	4 e più	2 - 3	1
Età			
18-24	7,9	12,4	9,6
25-34	7,2	11,1	9,9
35-44	7,5	11,0	9,9
45-54	8,1	10,4	6,7
55-64	6,3	8,1	7,2
65 e più	4,9	4,8	4,8
Livelli di istruzione			
Primaria	3,4	5,3	4,3
Pre-Diploma	5,6	8,1	8,7
Diploma	8,7	14,5	11,6
Laurea	14,3	16,5	10,3

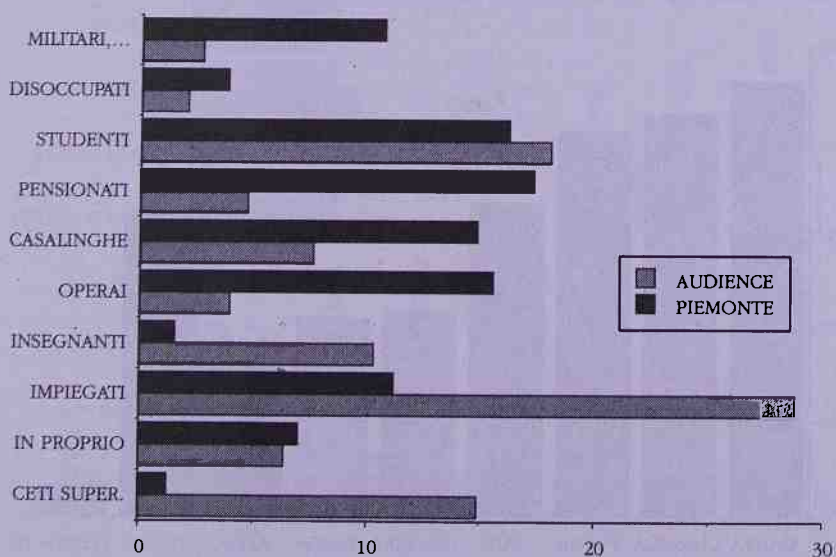
Fonte: Mediamark, 1984 National Survey (sample Size: 20.000 household)

Figura 3 Audience e popolazione: distribuzione per età (valori %)



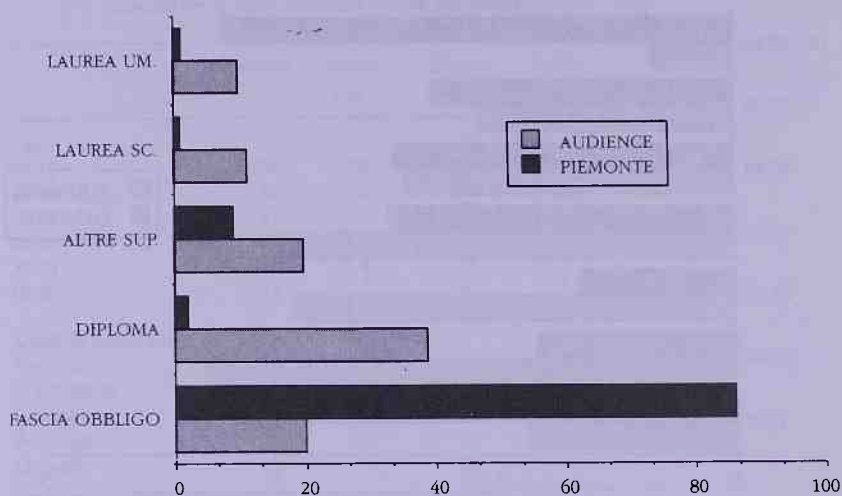
Fonte: Ires "Mercurio e le muse", Rosenberg & Sellier, 1989

Figura 4 Audience e popolazione: distribuzione per professione (valori %)



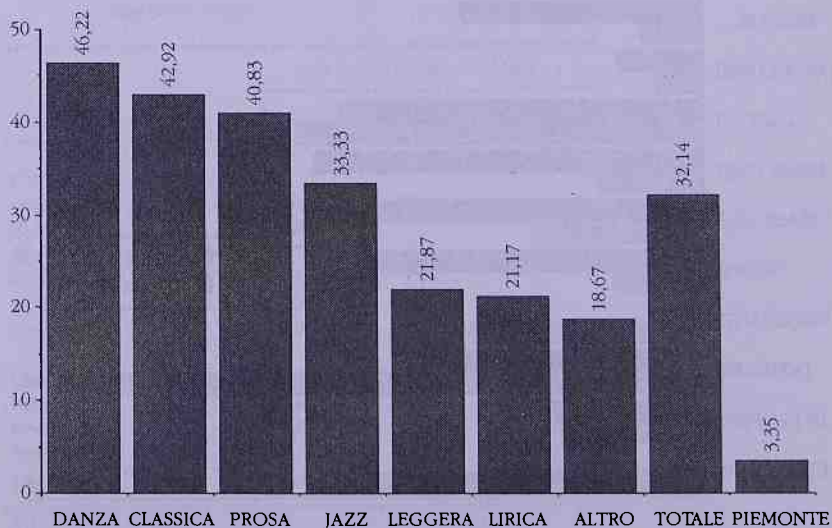
Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

Figura 5 Audience e popolazione: distribuzione per titolo di studio (valori %)



Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

Figura 6 Laureati per tipo di spettacolo (valori % sulle classi superiori a 24 anni)



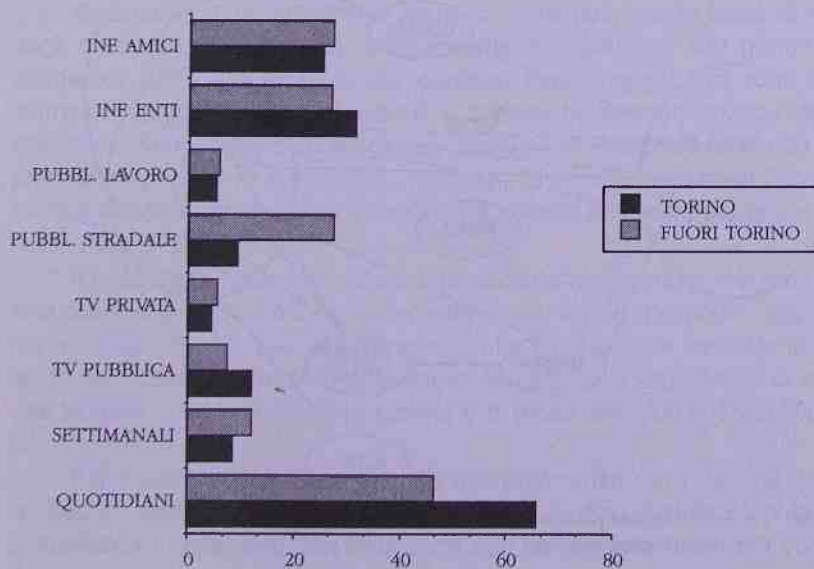
Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

Tabella 16 Spettatore "tipico" dello spettacolo dal vivo

	Danza	Jazz	Linca	Classica	Leggera	Prosa	Altro
Età media	32	27	50	43	28	31	32
Sesso	F (61%)	M (76%)	F (64%)	F (57%)	F (62%)	F (66%)	F (56%)
Stato civile	single (separ.)	single (separ.)	coniug vedovo	coniug.	single	coniug.	single coniug.
Titolo di studio	laurea	liceo	elem.	elem. laurea	liceo	elem. liceo	liceo altre sup.
Maggiorm. rappresent.	ceti sup. insegn.	stud. lavor. proprio disocc.	casal. pens.	ceti sup.	imp. operai	tutti	ceti sup. studenti
Meno rappresent.	disocc.	insegn. casal.	stud. disocc.	operai	pens. ceti sup.	nessuno	impiegati lav. proprio

Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

Figura 7 Canali di informazione per luogo

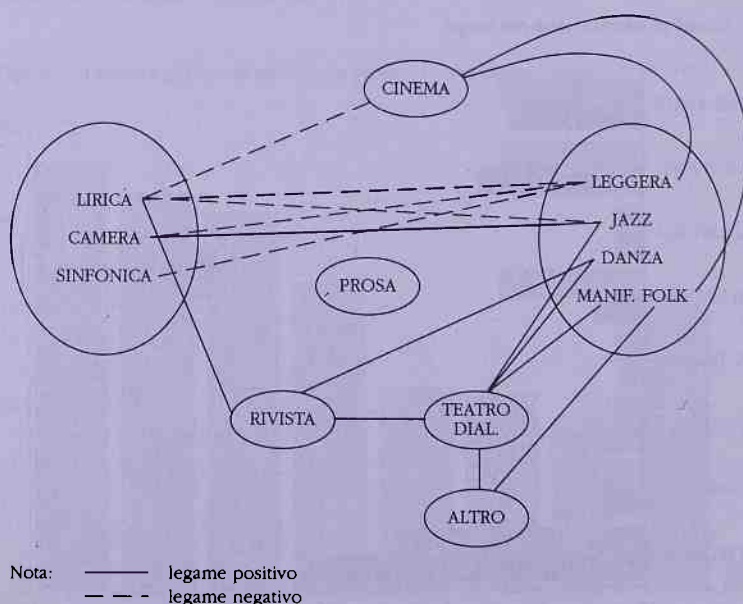


Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

degli enti organizzatori. Mentre il mezzo radiotelevisivo non sembra esercitare un'influenza significativa, complessivamente la rete pubblica appare più efficace di quella privata, nonostante la maggiore caratterizzazione in termini locali che quest'ultima dovrebbe presentare (il dato per la rete pubblica e quella privata consiste rispettivamente nel 12% e 5% a Torino e nell'8% e 6% fuori Torino).

Pare interessante notare come, a seconda dei diversi generi di spettacolo, si abbia l'attivarsi di canali preferenziali di informazione e più precisamente: per la danza e il jazz è importante la comunicazione "informale"; per la musica classica e (in misura minore) la prosa, risulta efficace il materiale informativo diffuso dagli enti organizzatori, per la musica leggera assume rilevante importanza il mezzo radiotelevisivo ed in particolare le emittenti private; mentre l'emittenza radiotelevisiva pubblica risulta viceversa più influente per la lirica. L'importanza dei canali di informazione risulta confermata dalla specificità delle motivazioni alla fruizione

Figura 8 Le relazioni tra generi di spettacolo



Fonte Ires, "Mercurio e le muse", cit.

di spettacolo: quasi due terzi degli spettatori a Torino e oltre la metà degli spettatori fuori Torino dichiarano di essere mossi dall'interesse specifico della rappresentazione.

La risposta al quesito se possa esistere una complementarità e/o sostituibilità fra i generi di spettacolo (quesito che, in altri termini, si potrebbe così esemplificare: il pubblico della danza segue solo questo genere di spettacolo oppure si reca a rappresentazioni di altro genere e quali) è destinato a rivestire una notevolissima rilevanza normativa nella formulazione delle politiche di settore.

Dall'insieme delle relazioni reciproche tra le frequenze ai vari tipi di spettacolo (fig. 8) emerge come la più forte complementarità si presenti, da una parte, tra lirica, musica da camera e musica sinfonica e dall'altra parte tra danza, jazz, musica leggera e manifestazioni folkloristiche. Si tratta quindi di generi che sottendono una forte caratterizzazione in termini di età degli spettatori.

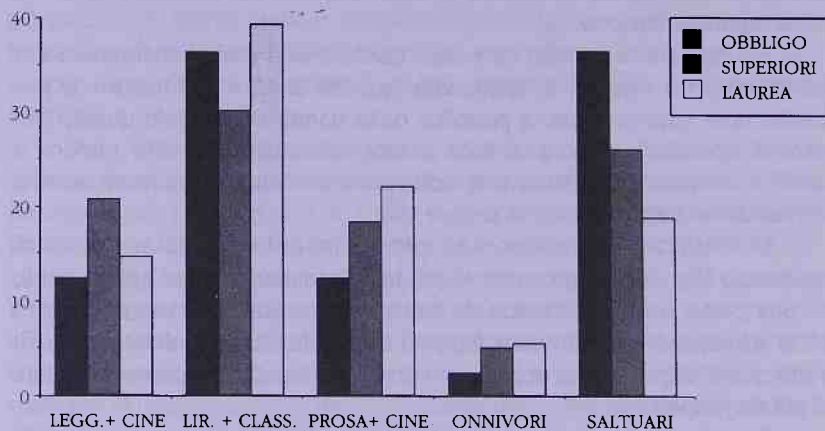
Tra gli altri tipi di spettacolo il cinema è legato positivamente alla musica leggera e alle manifestazioni folkloristiche, come il teatro dialettale -che è legato anche alla danza- e presenta inoltre un legame negativo con la lirica. La rivista, a sua volta, appare legata positivamente con la lirica e la danza.

Cinema e prosa, infine, che meno si connotano per le fasce di età degli spettatori, risultano più omogeneamente legati agli altri generi di spettacolo. Oltre alle fasce di età, caratterizzazioni aggiuntive sono ovviamente legate ai livelli di istruzione e condizione socioeconomica degli spettatori. Sono state distinte cinque tipologie di spettatori secondo le preferenze per tipi di spettacolo: "saltuari", "onnivori", amanti di lirica e musica classica, amanti di prosa e cinema, amanti di musica leggera e cinema (figg. 9-10).

Il peso degli "onnivori", vale a dire coloro che assistono alle rappresentazioni di una pluralità indifferenziata di generi di spettacolo, appare non elevato (5%) mentre, al contrario, risulta decisamente consistente la quota dei "saltuari" (pari al 27%) presenti soprattutto agli spettacoli di musica leggera (oltre la metà del pubblico) e di prosa (circa un terzo del pubblico).

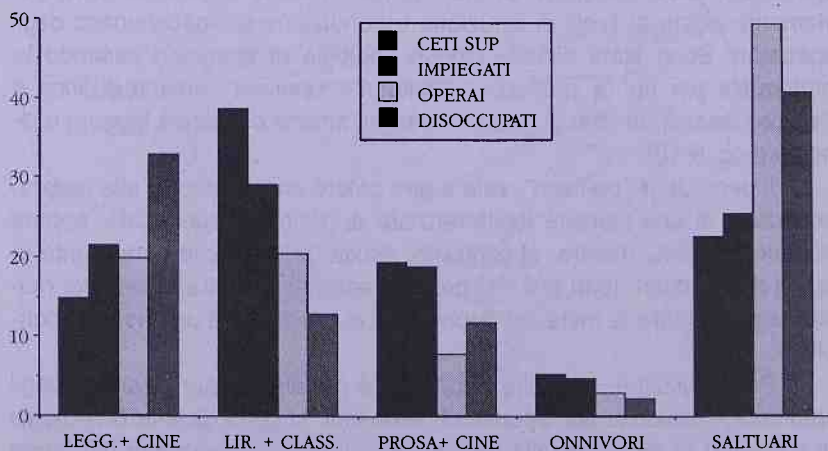
Per analizzare, oltre che in base alle preferenze per l'insieme degli spettacoli, l'assiduità agli spettacoli medesimi, si sono distinte 6 tipologie di spettatori in relazione alla frequenza con cui si sono recati nel corso dell'anno a spettacoli dal vivo (tab. 17 e fig. 11).

Figura 9 Livello di istruzione per tipo di pubblico (valori %)



Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

Figura 10 Condizione professionale per tipo di pubblico (valori %)



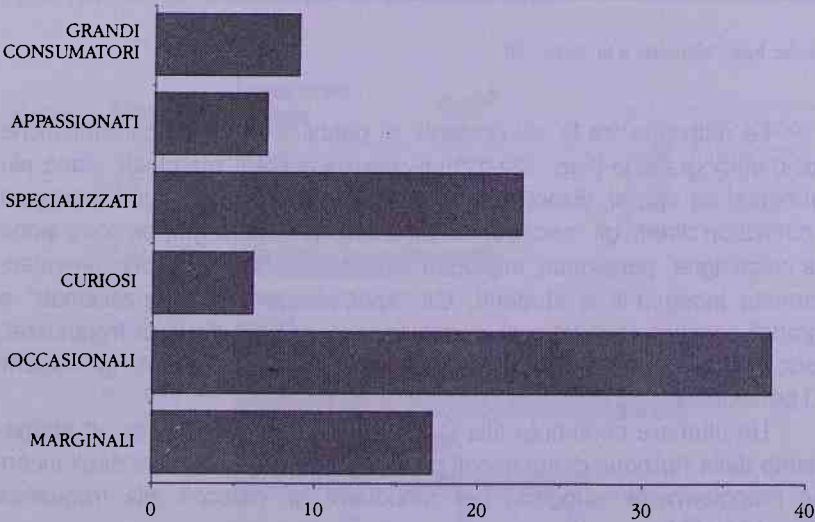
Fonte Ires, "Mercurio e le muse", cit.

Tabella 17 Tipi di spettacoli dal vivo per classi di frequenza

Frequenza	Tipo di spettacolo			
	0	1	2	Più di 2
Nulla	Marginali (17,2%)			
Bassa		Occasionali (24,5%)	(13,5%)	Curiosi (6,2%)
Media		Specializzati (15,9%)	(6,8%)	Grandi (2,9%)
Alta		Appassionati (5,4%)	(1,6%)	Consumatori (6,0%)

Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

Figura 11 Tipologie di pubblico (valori %)



Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

Questi sei tipi si distribuiscono in modo ineguale tra i generi di spettacolo (tab. 18): i "marginali" si concentrano maggiormente negli spettacoli di musica leggera e jazz; gli "occasionalisti" nella musica leggera e nella lirica, gli "specializzati" nella lirica e nella musica classica (e, in misura minore, nella prosa e nella danza), gli "appassionati" e i "grandi consumatori" nella musica classica, nel jazz e nella danza.

Tabella 18 Tipologia assiduità per tipo di spettacolo

Frequenza	Tipo di spettacolo						
	Danza	Jazz	Lirica	Classica	Leggera	Prosa	Altro
Marginali	23.8	35.1	8.8	7.8	40.5	22.3	23.8
Occasionalisti	33.6	28.4	48.0	28.5	44.7	39.8	33.6
Curiosi	4.9	4.1	7.1	5.9	2.6	5.6	4.9
Specializzati	22.0	16.2	25.4	26.4	7.1	23.6	22.0
Appassionati	7.2	9.5	3.9	15.8	2.5	2.9	7.2
Grandi Consumatori	8.5	6.8	6.8	15.5	2.6	5.8	8.5
Totale	100.0 (N=1.172)	100.0 74	100.0 2.073	100.0 4.190	100.0 1.372	100.0 4.863	100.0 223

Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

La relazione tra le sei tipologie di pubblico e le loro caratteristiche socio-demografiche (figg. 12a-12b) evidenzia come i "marginali" siano più numerosi tra operai, disoccupati e, in misura minore, lavoratori in proprio e coltivatori diretti; gli "occasionalisti" oltre a questi stessi gruppi, compaiono tra casalinghe, pensionati, impiegati e studenti; i "curiosi" sono prevalentemente insegnanti e studenti. Gli "specializzati", gli "appassionati" e "grandi consumatori" (che si caratterizzano per alti livelli di frequenza), sono principalmente presenti tra i ceti superiori, gli insegnanti, gli studenti e i pensionati.

Un ulteriore contributo alla formulazione di politiche volte all'allargamento della fruizione di spettacoli proviene dall'individuazione degli incentivi maggiormente suggeriti per rimuovere gli ostacoli alla frequenza (figg. 13a-13b).

A Torino le richieste più segnalate sono costituite dalla maggior facilità a procurarsi il biglietto (37%), maggior disponibilità di tempo libero e

Figura 12a Tipologie di pubblico per condizione professionale

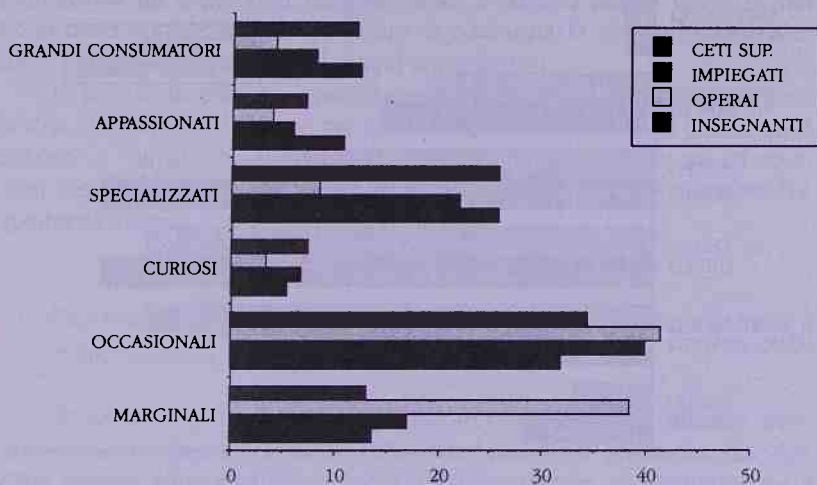
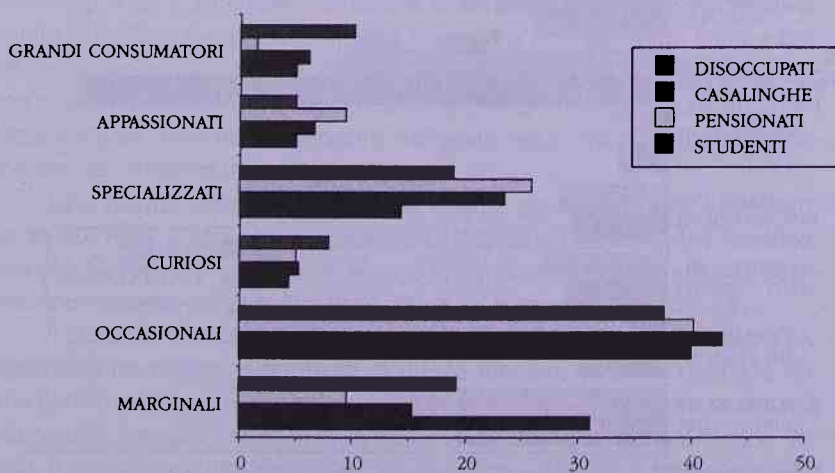


Figura 12b Tipologie di pubblico per condizione professionale



Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

Figura 13a Andrebbe di più a questo tipo di spettacolo se...

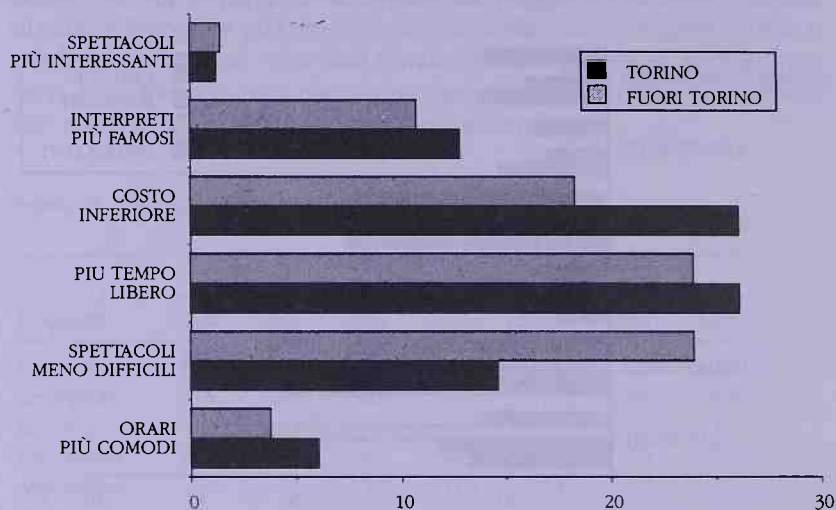
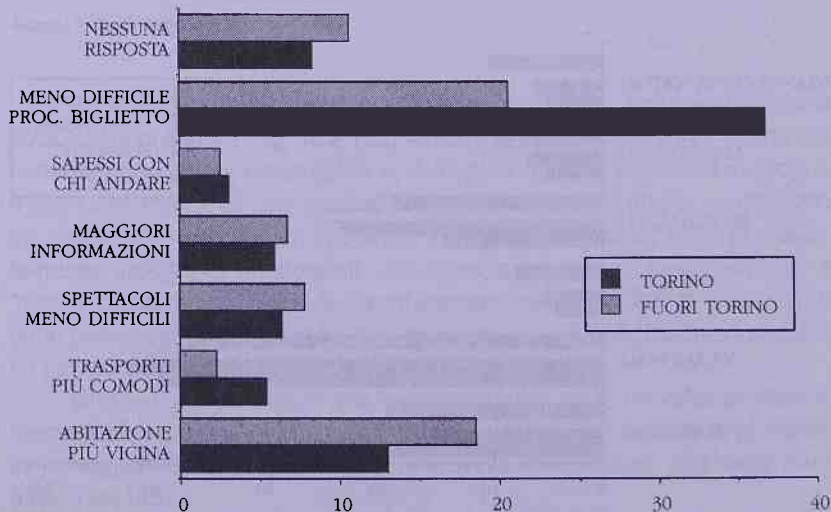


Figura 13b Andrebbe di più a questo tipo di spettacolo se...



Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

costo minore del biglietto (26% per tutte). Gli spettatori residenti fuori dal capoluogo torinese richiedono in misura maggiore spettacoli più interessanti (24%) ed esprimono maggiormente il disagio per la distanza dal luogo dello spettacolo (18%) mentre si conferma la stessa esigenza di avere maggiore disponibilità di tempo libero (24%).

In sintesi, le esigenze maggiormente espresse dagli spettatori residenti a Torino si concentrano nel binomio "costo + difficoltà di procurarsi il biglietto" e "tempo libero + difficoltà di procurarsi il biglietto"; tra gli spettatori residenti fuori dal capoluogo torinese si richiedono maggiormente "spettacoli interessanti + interpreti più famosi".

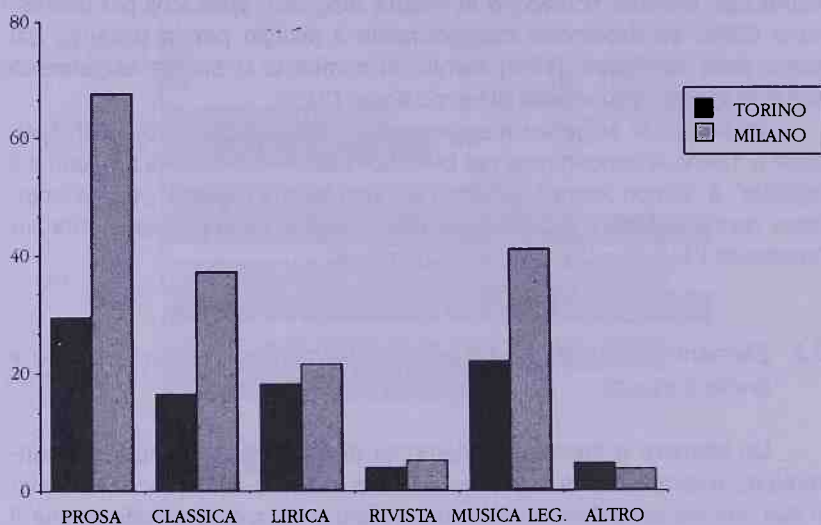
3.3. Elementi di confronto fra il pubblico piemontese, quello milanese e quello francese

Un ulteriore e importante elemento di conoscenza è dato dal confronto tra il complesso di aspetti relativi alla fruizione di spettacolo dal vivo in due diverse situazioni locali, come Torino e Milano. Sia l'offerta che il consumo di spettacoli dal vivo sono più elevati a Milano rispetto a Torino. Rappresentazioni e vendita di biglietti a Milano hanno quasi il doppio dei valori procapite di Torino, mentre la differenza sale a quasi il triplo per la spesa del pubblico (fig. 14). Si tratta pertanto di un mercato più ampio e anche più ricco. La migliore situazione di Milano è generalizzata: relativamente più ampia per prosa e musica classica e più ridotta per lirica e balletto e per operetta e varietà. Si ricorda che la voce "altro", nella quale Torino presenta valori più elevati che Milano, comprende quasi unicamente i saggi culturali. Noti motivi di ordine culturale, economico e storico si mescolano nel creare questa situazione.

Una ricerca svolta dalla agenzia Makno per conto della sede lombarda dell'Agis -Associazione Generale dello Spettacolo- e dell'Assessorato alla Cultura del Comune di Milano ci consente di confrontare la composizione sociale del pubblico della prosa a Milano e Torino (fig. 15).

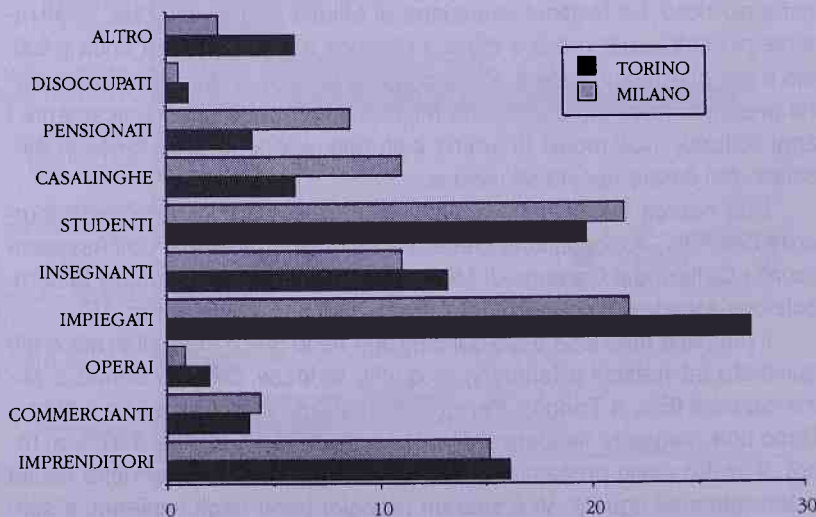
Il pubblico milanese è più concentrato nelle fasce centrali di età e più equilibrato tra maschi e femmine di quello torinese (57% di donne a Milano contro il 65% a Torino). Per quanto riguarda lo stato civile si rileva a Milano una maggiore incidenza di celibi e nubili (54% contro il 47% a Torino). Il profilo socio-professionale del pubblico milanese e torinese risulta sostanzialmente uguale. Vi è solo un maggior peso degli impiegati a scapito delle casalinghe e dei pensionati a Milano rispetto a Torino, ricondu-

Figura 14 Biglietti venduti per 100 abitanti a Torino e Milano



Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

Figura 15 Composizione del pubblico della prosa a Torino e Milano (valori %)



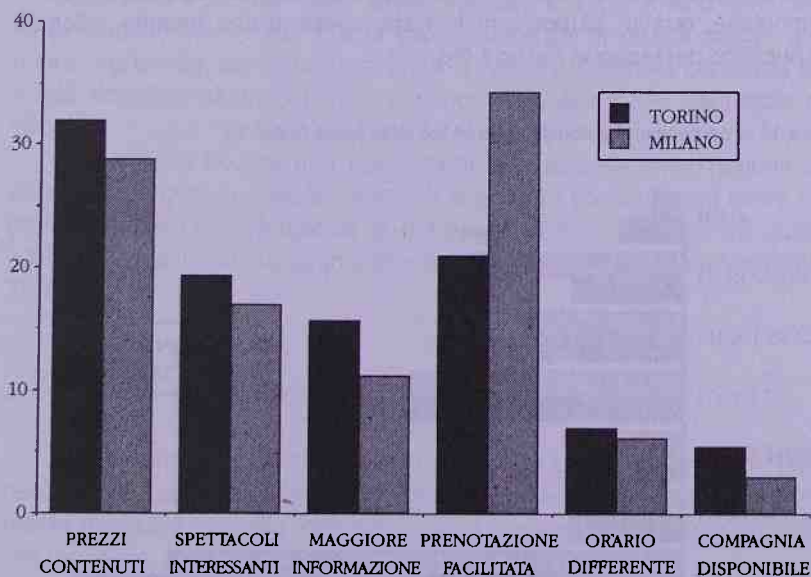
Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

cibile in parte alla diversa struttura sociale delle due città. Meno giustificabili in base alla composizione per classi di età delle rispettive popolazioni (molto simili) le differenze rilevate in precedenza sull'età degli spettatori.

In generale, comunque, al di là di alcune differenze riconducibili anche a differenze nei gusti e nelle professioni, emerge una sostanziale omogeneità del pubblico di questo tipo di spettacolo che si caratterizza, in tutte e due le città, per un'appartenenza ai ceti medio-alti.

Il pubblico milanese comprende una quota più elevata di persone non residenti a Milano. La differenza notevole (42% a Milano contro 29% a Torino), che se in parte è spiegata dal maggiore afflusso a Milano di turisti e delle molte presenze per affari, tuttavia sembra indicare una maggiore recettività di Milano verso gli spettatori provenienti dalle aree limitrofe. A Torino e Milano si va a teatro sostanzialmente con la stessa frequenza (fig. 16).

Figura 16 Motivi per una maggiore frequenza al teatro di prosa



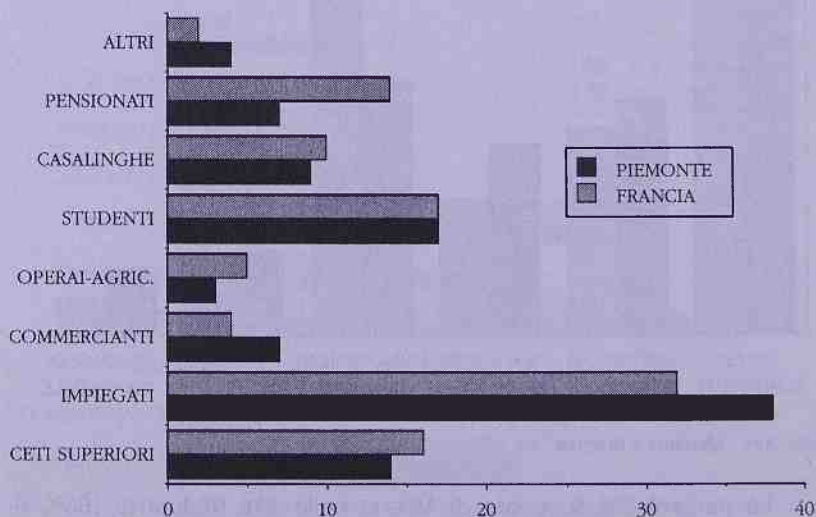
Fonte: Ires, "Mercurio e le muse", cit.

La percentuale superiore di Milano nelle alte frequenze (66% rispetto al 62% di Torino) va infatti corretta in basso in quanto nella ricerca

milanese si è usato come criterio di alta frequenza almeno 5 spettacoli all'anno, mentre il dato torinese si riferisce ad almeno 6 spettacoli. Sostanzialmente omogenea anche la graduatoria delle risposte alla domanda sugli incentivi per andare di più a teatro. Questa domanda nella ricerca milanese è stata rivolta solo a quel 24% di spettatori che hanno dichiarato difficoltà ad organizzare una serata (o un pomeriggio) per andare a teatro. Il dato milanese non è pertanto confrontabile direttamente con quello torinese: si può invece confrontare la graduatoria relativa. Essa appare molto simile, segnalando ai primi due posti i prezzi contenuti e la facilità di prenotare il biglietto. E' questo un segnale importante per capire quali strumenti utilizzare per incentivare lo spettacolo dal vivo a Torino. Forse, più di sovvenzioni e pubblicità, in certi casi serve un facile sistema di prenotazione (si pensi al servizio di prenotazione via terminale dei biglietti -il cosiddetto Ticketronic- in funzione negli Stati Uniti).

L'ultimo confronto che presentiamo è relativo alla composizione socio-demografica del pubblico della prosa in Piemonte e in Francia. La ragione per un confronto non sta nelle note influenze d'oltralpe sulla regione piemontese, quanto piuttosto nella disponibilità di una recente indagine sul pubblico del teatro in Francia (fig. 17).

Figura 17 Posizione professionale del pubblico della prosa (valori %)



Fonte: Ministère de la Culture et de la Communication "Les publics du Théâtre", La documentation française, 1988

Anche in questo caso, prima di presentare i dati, ricordiamo le cautele necessarie per questo tipo di confronto. La ricerca francese è un'indagine demoscopica effettuata su un campione di cittadini, e i dati che qui utilizziamo per il confronto sono relativi agli intervistati che hanno affermato di avere assistito ad almeno uno spettacolo teatrale negli ultimi 12 mesi. Il settore confrontato è quello degli spettacoli di prosa. Il pubblico francese di questo settore è simile a quello piemontese per quanto riguarda la condizione professionale. Le uniche differenze -sia pur non molto accentuate- si rilevano per le professioni intermedie e gli impiegati, più numerosi nel pubblico piemontese (39% contro 32%); e per gli inattivi oltre sessant'anni, più numerosi nel pubblico francese (14% contro 7%). Anche la distribuzione del pubblico in fasce d'età non presenta differenze rilevanti.

Differente è la composizione del pubblico per quanto riguarda il sesso e lo stato civile. Il pubblico torinese ha una percentuale più elevata di donne e di celibi (rispettivamente 66% contro 57% e 44% contro 30%).

Entrambi i pubblici sono istruiti, giovani e appartenenti alle classi medio-superiori, con una scarsa rappresentanza di gruppi sociali quali operai, agricoltori, pensionati e anziani. Il dato è un'ulteriore conferma delle già ricordate caratteristiche elitarie del pubblico dello spettacolo dal vivo.

Più difficile trovare una spiegazione alla diversa composizione del pubblico per quanto riguarda il sesso e lo stato civile. Questi ultimi dati potrebbero però essere tipici di un pubblico cittadino, come senza dubbio è il pubblico piemontese, gran parte del quale è costituito da intervistati a Torino.

3.4. Offerta e domanda di spettacoli cinematografici

Come ampiamente noto, ormai da tempo si è stabilizzato un trend negativo nel settore delle attività cinematografiche, che ha visto fortemente diminuire, a livello internazionale, il numero di sale cinematografiche, pubblico, giornate di programmazione e incassi (tab. 19).

Questo fenomeno, cui sottostanno principalmente la crescente incidenza della televisione e il modificarsi di consumi legati agli stili di vita, si è manifestato dapprima negli Usa e in Giappone dove, nel decennio 1963-72, si registrava un calo netto di presenze annue nelle sale cinematografiche da 5,3 a 1,8 per abitante. In Italia, nello stesso periodo, que-

Tabella 19 Principali mercati cinematografici

		PAESI						
	Anni	Italia	Francia	RFT	GB	Spagna	Usa	Giappone
Sale cinematograf. (n.).....	1956	10.629	5.732	6.438	4.483	5.000	16.991	7.600
	1980	8.453	4.540	3.354	1.607	4.200	17.590	2.364
	1984	5.628	5.135	3.611	1.242	3.210	20.200	2.291
	1985	4.885	5.190	3.418	1.271	3.109	21.147	2.137
	1986	4.431	5.154	3.262	1.242	2.640	22.765	2.109
	1987	4.143	5.063	3.252	1.164	2.234	23.555	2.053
Spettatori (milioni)....	massimo (anno)	819,424	423,7	818,0	1.635,0	403,0	4.400,0	1.014,0
		1955	1947	1955	1946	1956	1946	1960
	1980	241,891	174,8	143,8	101,0	176,0	1.021,0	164,0
	1984	131,569	190,8	112,1	60,0	119,0	1.199,0	149,0
	1985	123,113	175,0	104,2	70,2	101,1	1.056,1	155,1
	1986	124,867	167,8	105,2	72,6	87,3	1.017,2	150,0
	1987	108,838	132,5	108,1	74,8	85,7	1.083,0	143,9
Popolazione (milioni di abitanti aventi più di 15 anni).....								
	1986	45,0	43,0	52,0	46,0	29,0	181,0	92,0
Incassi (milioni - moneta nazionale)...	1980	401.544,415	2.474,7	905,1	143,0	22.560,0	2.748,0	166.200,0
	1984	470.634,163	3.972,7	808,5	102,7	26.527,0	4.156,0	172.000,0
	1985	500.388,664	3.861,5	773,9	137,0	25.300,0	3.749,0	173.400,0
	1986	584.952,476	3.918,1	784,7	144,0	24.400,0	3.778,0	179.400,0
	1987	546.800,855	3.256,8	816,0	-	25.500,0	4.253,0	161.000,0
Televisioni (milioni)....	1986	14,56	18,20	23,05	19,50	10,15	172,60	40,00
Videoregistratori (milioni).....								
	1987	1,84	6,23	9,90	11,39	3,12	51,28	25,43

Fonti: Informations CNC, Cinema d'oggi, Film statistisches Taschenbuch 1988, Revue de L'UER, Screen Digest International Motion Picture Almanac, Millecanali

sta dinamica appare più contenuta: da 13 a 9 films l'anno per abitante visti nelle sale.

A partire dalla metà degli anni '70, con la piena espansione del consumo televisivo e altri fattori socio-culturali concomitanti, anche nel nostro paese si avvia il declino del circuito delle sale cinematografiche come circuito di massa; se ne osserva infatti la progressiva contrazione "di giornate di attività", di biglietti venduti e di spesa del pubblico.

Oltre ai dati relativi alla programmazione cinematografica annuale (tab. 20), pare opportuno rivolgere l'attenzione al fatto che, pur nel generale trend negativo, il Piemonte registra quote maggiori nel raffronto temporale con altre regioni, sia in termini di giornate di spettacolo, che di biglietti venduti e di incassi lordi per cinema. Attualmente il Piemonte si colloca, dunque, tra le primissime regioni italiane per presenze e incassi lordi.

Nella generale contrazione del numero di sale cinematografiche (tab. 21) va peraltro ricordato che nella nostra regione si è fortemente risentito del cosiddetto "effetto Statuto", così denominato dall'incendio del cinema omonimo, che ha imposto, in anni ancora recenti, una più rigorosa osservanza delle norme di sicurezza e ha condotto alla chiusura di molte sale con conseguenze, in generale, di appesantimento e impoverimento dei circuiti di distribuzione.

L'attuale struttura, consistente in 280 sale cinematografiche (di cui 196 a gestione industriale, 62 parrocchiali, 22 di altro tipo) sembra richiedere una polifunzionalità delle sale, da intendersi in rapporto ad una fruizione non più, come oggi, basata quasi esclusivamente sullo "sbigliettamento", ma allargata -con eventuali convenzioni pubbliche e private- ad altri tipi di manifestazioni che ne consentano un uso maggiormente produttivo.

Tabella 20 Cinema - Popolazione, numero dei giorni di spettacolo, numero dei biglietti venduti ed incassi lordi per cinema (*) secondo le regioni

	Abitanti per cinema		Giorni di spettacolo per cinema		Biglietti per cinema		Incassi lordi per cinema	
	N.	Variaz. % sulla media dell'Italia	N.	Variaz. % sulla media dell'Italia	N.	Variaz. % sulla media dell'Italia	N.	Variaz. % sulla media dell'Italia
Piemonte	15.676	+13,3	189	+21,9	37.648	+44,9	188.052	+43,4
Valle d'Aosta	7.590	-45,1	134	-13,5	15.210	-41,4	95.470	-27,2
Lombardia	11.915	-13,8	124	-20,0	25.610	-1,4	147.580	+12,5
Trentino Alto Adige	9.672	-30,0	132	-14,8	14.819	-42,9	78.736	-40,0
Veneto	14.243	+3,0	147	5,1	24.878	-4,2	130.213	-0,7
Friuli Venezia Giulia	16.868	+21,9	200	+29,0	34.999	+34,7	186.616	+42,3
Liguria	9.456	-31,6	162	+4,5	25.025	-3,6	139.768	+6,6
Emilia Romagna	7.403	-46,4	151	-2,5	24.161	-6,9	133.458	+1,7
Toscana	10.292	-25,5	148	-4,5	26.591	+2,3	149.412	+13,9
Umbria	17.779	+28,5	158	+1,9	23.130	-10,9	117.916	-10,1
Marche	10.570	-23,5	143	-7,7	23.066	-11,2	101.608	-22,5
Lazio	17.702	+28,0	187	+20,6	40.198	+54,7	208.414	+59,9
Abruzzi	19.294	+39,5	170	+9,6	26.871	+3,4	111.234	-15,2
Molise	37.132	+168,5	124	-20,0	17.698	-31,8	64.849	-50,6
Campania	22.581	+63,2	174	+12,2	21.075	-18,8	88.461	-32,6
Puglia	16.568	+19,8	175	+12,9	21.682	-16,5	80.722	-38,5
Basilicata	24.810	+79,4	143	-7,7	15.198	-41,4	55.137	-58,0
Calabria	22.054	+59,4	145	-6,4	18.225	-29,8	62.589	-52,3
Sicilia	15.975	+15,5	163	+5,1	22.254	-14,3	80.920	-38,3
Sardegna	18.679	+35,0	125	-19,3	22.790	-12,2	86.991	-33,7
Italia	13.828		155		25.977		131.167	

(*) Più precisamente, locali che nell'anno 1987 hanno offerto almeno una giornata di spettacolo cinematografico. Anche il numero delle giornate di spettacolo e dei biglietti venduti nonché l'ammontare degli incassi, si riferiscono all'anno 1987

Fonte: Siae, "Lo spettacolo in Italia", Roma 1989

Tabella 21 Cinema - Numero dei locali aperti al pubblico (*) nei capoluoghi nel resto delle province e nel totale delle province, negli anni 1985, 1986 e 1987

	Capoluoghi			Resto delle province			Totale delle province		
	1985	1986	1987	1985	1986	1987	1985	1986	1987
Torino	60	63	65	60	61	55	120	124	120
Vercelli	9	7	7	30	30	29	39	37	36
Novara	12	15	11	32	30	26	44	45	37
Cuneo	10	10	8	51	41	35	61	51	43
Asti	9	5	5	10	9	9	19	14	14
Alessandria	9	9	9	24	22	21	33	31	30
Piemonte	109	109	105	207	193	175	316	302	280
Lombardia	290	279	264	596	533	481	886	812	745
Veneto	139	133	126	250	207	181	389	340	307
Liguria	99	86	80	129	115	106	228	201	186
Emilia Romagna	197	202	191	397	351	340	594	553	531
Toscana	154	136	124	290	246	223	444	382	347
Lazio	191	164	159	149	133	130	340	297	289
Italia Settentr.	909	878	831	1.703	1.515	1.396	2.612	2.393	2.227
Italia Centrale	391	345	325	605	529	492	996	874	817
Italia Meridionale	196	193	189	601	549	502	797	742	691
Italia Insulare	162	149	142	318	273	266	480	422	408
Italia	1.658	1.565	1.487	3.227	2.866	2.656	4.885	4.431	4.143

(*) Più precisamente: n° dei locali che nel corso dell'anno hanno offerto almeno una giornata di spettacolo cinematografico

Fonte: Siae, "Lo spettacolo in Italia", cit.

PROBLEMI E TENDENZE A LIVELLO DEI SINGOLI SETTORI NELLA
PROSPETTIVA DEL 1992

4.1. La musica classica

Se nell'attività teatrale la circolazione transregionale delle compagnie vanta tradizioni storiche, nel campo della musica classica l'internazionalizzazione, attraverso la circolazione dei grandi solisti e compositori, è da tempo una realtà. Il sistema organizzativo che gestisce l'offerta al pubblico di esecuzioni di musica classica presenta infatti una omogeneità quasi totale. Le stagioni musicali che hanno luogo a New York piuttosto che a Parigi, Londra, Berlino o Vienna sono spesso del tutto simili, sia per quanto riguarda gli interpreti che i programmi, a quelle di cui fruiamo abitualmente nelle maggiori città italiane.

Un dato strutturale di cui tener conto è che in Italia, come in tutta Europa, le manifestazioni musicali sono in larga parte sovvenzionate dallo Stato, o direttamente o indirettamente, tramite associazioni ed organizzazioni. In Europa, sino ad ora, l'intervento di sponsor privati è stato molto limitato e, comunque, non ha ancora apportato modifiche sostanziali alle strutture organizzative e alle programmazioni artistiche, ma si è configurato tutt'al più come integrativo dell'intervento statale. Non vi sono motivi per ritenere che, dopo il 1992, in Italia l'offerta musicale debba subire trasformazioni rispetto a questa situazione. Le novità -come si può rilevare dalla recente proposta di legge ministeriale- potranno riguardare soprattutto il ruolo delle agenzie, il loro riconoscimento professionale e la loro capacità imprenditoriale. Va notato, peraltro, che le agenzie musicali sono concentrate soprattutto a Milano.

Il contesto delle manifestazioni di musica classica è dunque più sovranazionale che nazionale. Nella misura in cui è possibile estrapolare da questo contesto una situazione regionale, si può dire che il Piemonte presenta un panorama quanto mai vitale e variegato. La maggior parte delle iniziative si concentra nel capoluogo: Torino è sede di un ente lirico e di una delle più importanti orchestre sinfoniche italiane, vi operano nume-

rose associazioni musicali e vi si svolge un festival internazionale (tab. 1). Ma anche nel resto della regione si hanno iniziative importanti e molteplici attività musicali, che testimoniano una vivacità culturale periferica e una domanda in aumento da parte del pubblico.

Tabella 1 Rappresentazioni e presenze relative alle manifestazioni (anni 1985 e 1988)

	Teatro Regio		Settembre Musica		Unione Musicale	
	1985	1988	1985	1988	1985	1988
Ingresso a pagamento:						
- linca e balletto	94	92	—	—	—	—
- concerti	96	166	26	21	—	—
- manifestazioni	—	—	—	—	47	54
- presenze totali	145.103	127.800	26.891	20.572	60.055	66.535
Ingresso gratuito:						
- manifestazioni	207	177	36	33	—	—
- presenze totali	52.166	84.700	26.891	12.510	—	—

Fonte: Unione Musicale

A questo proposito, va segnalata un'iniziativa, unica in Italia, volta ad integrare modelli di fruizione metropolitani e periferici, riequilibrando i circuiti regionali e ovviando ai limiti del centralismo. Su iniziativa dell'Assessorato alla Cultura della Regione Piemonte, vengono stipulate convenzioni annuali con il Teatro Regio e con l'Orchestra Sinfonica Rai, in base alle quali i complessi artistici facenti capo a questi enti sono posti a disposizione dei comuni piemontesi nelle diverse province (compresa quella di Torino) per effettuare un certo numero di concerti. La convenzione prevede che i comuni che richiedono tali manifestazioni paghino il 30% delle spese se si utilizzano complessi e solisti piemontesi, e il 50% se vengono richiesti artisti non piemontesi, italiani o stranieri. L'Unione Musicale è incaricata di coordinare l'intero progetto. Il fondo a disposizione nel 1989 è stato di 400 milioni. Da quando è stato istituito questo progetto -denominato "Piemonte in musica"- e cioè dal dicembre 1984, sono stati realizzati 908 concerti in circa un centinaio di comuni (tab. 2), con un numero di concerti pressochè costante e presenze in aumento. Si noti che le manifestazioni organizzate non corrispondono alla quantità di richieste avanzate dai comuni, che è sempre superiore, ma rappresentano una selezione in rapporto alla disponibilità di fondi integrativi.

Tabella 2 Piemonte in musica: rappresentazioni e presenze
nelle province piemontesi (anni 1986 e 1988)

Province	N. concerti		Presenze totali	
	1986	1988	1986	1988
Torino	96	89	15.930	19.260
Alessandria	22	28	4.630	4.950
Asti	15	14	3.480	2.940
Cuneo	36	26	10.950	7.560
Novara	27	21	6.730	6.670
Vercelli	17	18	3.610	5.990

Fonte: Unione Musicale

Convenzioni come queste evitano i rischi di una "distribuzione a pioggia" del finanziamento statale e locale, che rischia di venire disperso in mille rivoli senza consentire iniziative di respiro e una programmazione delle manifestazioni. Questo esempio piemontese definisce un modello di reintegrazione dei circuiti e delle attività culturali di alto livello, ovviando ai limiti del centralismo territoriale, anzi in un certo senso mettendolo a frutto. E' poi da ricordare che a Torino si ha anche una manifestazione come "Settembre Musica", che si svolge nella città e che si presenta come iniziativa "ponte" fra pubblico di amatori e pubblici più larghi, che possono tramite essa venire incoraggiati a modelli di fruizione non soltanto occasionali della grande musica. In questo settore almeno, la nostra regione si trova già preparata ad affrontare la prospettiva del 1992, che nel quadro di una circolazione europea delle manifestazioni e degli artisti dovrebbe vedere potenziate iniziative come quelle appena descritte, sia dal punto di vista dei fondi messi a disposizione, sia quanto alla loro istituzionalizzazione e diffusione.

Qualche accento merita infine il problema della didattica musicale e della formazione dei giovani artisti. Il sistema italiano dei Conservatori, basati su criteri che risalgono agli anni '30, privilegia la formazione dei solisti e non fornisce allo studente basi di cultura generale. Questo sistema non permette di creare il musicista medio e ignora completamente la formazione di professioni parallele. Viene inoltre a mancare ogni risposta alla domanda di istruzione musicale generalizzata, in rapporto al sistema scolastico. Appare difficile, quindi, che in una prospettiva di accresciuta interazione internazionale gli studenti stranieri possano essere attratti da esperienze italiane, stante questo sistema formativo privo di articolazioni intermedie e di livelli di specializzazione adeguati. Ciò implica due tipi di

rischio. Il primo è che i migliori studenti italiani siano attratti da scuole straniere; il secondo che i concorsi presso le nostre orchestre vengano vinti da esecutori stranieri poichè gli italiani si troveranno in difficoltà.

4.2. Il teatro di prosa

Nel campo teatrale, la circolazione transregionale e transnazionale degli spettacoli e delle compagnie è stata avviata, già da una ventina di anni, da alcune grandi manifestazioni come i Festivals di Avignone, Nancy e Spoleto, che sono riusciti ad amplificare l'eco prodotta da registi e compagnie sia europee che di oltre Atlantico. Ma è soltanto da pochi anni che sono venuti formandosi dei circuiti stabili di internazionalizzazione, specie tra i teatri europei (mentre più complessi restano i rapporti con i paesi extra-europei). Le tournées fanno del resto parte storicamente della tradizione dei teatranti, in Italia come altrove, anche se, naturalmente, una rappresentazione, per essere fruibile da pubblici di lingua diversa, deve avere caratteristiche di gestualità accentuata e deve essere legata più a valori visivi che a valori testuali.

I vantaggi che le compagnie hanno nel programmare tournées in Europa sono diversi: in primo luogo, le strutture teatrali dei maggiori paesi europei - a parte la Spagna e il Portogallo - dispongono di finanziamenti tali da consentire tempi alquanto brevi di pagamento. Inoltre, a livello tecnico,

Tabella 3 Rappresentazioni teatrali esportate da compagnie piemontesi per paese di destinazione (totale comprensivo delle ultime tre stagioni)

	Francia	Germania	Spagna Portogallo	Belgio Olanda	Inghilterra	Austria Svizzera	Islanda Svezia Finlandia	Danimarca	Ungheria Polonia	Usa	Altri paesi extra-europei
Teatro Stabile Torino	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1
TST settore ragazzi & giovani	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Teatro Settimo	—	1	1	—	—	—	—	—	—	—	7
Assemblea Teatro	81	7	21	—	—	—	—	1	10	—	21
Teatro dell'Angolo	118	6	6	—	5	25	—	—	—	—	79
Comp. Sperimentale Drammatica	—	—	—	5	—	4	52	3	—	40	10
Teatro Mago Povero	15	—	—	—	—	5	—	—	—	—	—
Gran Bado'	3	2	—	—	—	2	—	—	—	—	—
Dottor Bostuk	12	—	12	—	—	—	—	—	—	—	—
Compagnia del Bagatto	11	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Gran Serraglio	—	30	25	—	—	—	—	—	—	—	—

Fonte: Rilevazione diretta

Tabella 4 Rappresentazioni teatrali importate da compagnie estere per paese di provenienza (totale complessivo delle ultime tre stagioni)

	Francia	Germania	Spagna	Belgio Olanda	Danimarca	Svezia	Inghilterra	Svizzera	Usa	Cecoslov. Urss	Cina	Altri paesi extracom.
Teatro Stabile settore ragazzi & giovani	—	2	1	5	3	3	—	—	—	18	3	2
Asti Teatro	—	—	1	—	—	—	—	—	4	—	—	—
Cabaret Voltaire	12	—	—	14	—	—	—	—	—	—	—	—
Gruppo della Rocca	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5
Az. Teatrale Alessandrina	—	—	3	—	—	—	2	—	—	—	—	—
Assemblea Teatro	—	—	31	3	—	—	1	—	—	—	—	1
Teatro dell'Angolo	8	—	—	—	—	—	4	—	4	—	—	—
Teatro Settimo	—	—	3	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Marionette Lupi	9	—	—	—	—	—	—	3	—	2	—	—
Comp. Sperimentale Drammatica	—	3	—	—	5	—	18	—	17	—	—	—
Dottor Bostik	3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Stalker Teatro	12	—	2	—	—	4	1	1	—	—	—	—

Fonte: Rilevazione diretta

tali paesi dispongono di attrezzature aggiornate e funzionali che, ad esempio, consentono alle compagnie estere risparmi economici non essendovi bisogno di trasportare attrezzature foniche e illuminotecniche particolari. Infine, l'organizzazione all'estero consente una programmazione delle tournées con almeno un anno e mezzo di anticipo.

Si può quindi ritenere che le tournées europee delle compagnie piemontesi siano destinate a svilupparsi ulteriormente con la liberalizzazione delle frontiere, mentre la partecipazione a manifestazioni extra-europee implica costi talmente elevati da rendere necessario il ricorso a sovvenzioni speciali ministeriali.

Ma se l'esportazione transregionale in Europa di teatro piemontese è destinata a svilupparsi, diverso è il discorso per quanto riguarda l'importazione di teatro straniero e la fruizione di prodotti di alto livello internazionale nella nostra regione. L'interscambio delle esportazioni e delle importazioni (tab. 3 e tab. 4) è in Piemonte fortemente squilibrato. A fianco di 626 rappresentazioni teatrali esportate all'estero, nelle ultime tre stagioni teatrali si sono avute soltanto 213 recite di compagnie estere in Piemonte. Nella nostra regione, la circolazione di produzioni teatrali straniere è dunque assai scarsa e negli ultimi anni si è ancora ridotta.

Ciò anche se in Piemonte hanno sede alcune manifestazioni di qualità, come il Festival Asti-Teatro dedicato alla presentazione in prima nazionale di testi italiani o stranieri, in lingua originale o tradotti; o come il

Festival di Chieri, che cerca di individuare aree nazionali di particolare interesse, come in passato gli Usa e l'India, e come, prossimamente, il teatro arabo. Mentre questi due Festivals registrano una rilevante affluenza di pubblico, minor incidenza ha sinora avuto la Festa Internazionale di Teatro Ragazzi e Giovani, dedicato a spettacoli per ragazzi italiani e stranieri, anche per la difficoltà di collegarsi con il circuito delle scuole. Sempre nell'ambito dei circuiti internazionali si ricordano i cosiddetti "progetti speciali", come il Festival del Teatro Africano, ospitato dal Gruppo della Rocca al Teatro Adua di Torino, o i vari incontri di studio sul teatro francese e tedesco.

Questi dati mostrano da un lato una notevole vivacità delle compagnie, anche se la situazione attuale favorisce soprattutto l'esportazione di produzioni teatrali di modeste dimensioni, non tanto in senso qualitativo, quanto dal punto di vista quantitativo, poichè presentano costi e allestimenti di grandezza più contenuta. Dall'altro lato, però, si osserva anche in questo settore una mancanza di valorizzazione interna delle risorse culturali che il Piemonte produce.

Un confronto con le regioni francesi confinanti mostra come in Francia l'attività teatrale disponga di spazi permanenti di notevole livello in ogni regione. Città come Chambéry o Grenoble sono dotate di strutture più moderne e avanzate di quelle di Torino. I Centres Dramatiques Nationaux, Centres d'Action Culturelle e Maisons de la Culture, per realizzare i cartelloni teatrali nella stagione ordinaria, dispongono di bilanci più consistenti. I tempi di selezione assai più lunghi consentono di offrire al pubblico una selezione ragionata delle proposte e delle opere. In forza di questo meccanismo, il pubblico trova in tali strutture un punto di riferimento costante, testimoniato dall'affluenza che si ha non solo per i grandi eventi, come i Festivals o particolari tournées, ma normalmente nel corso della stagione.

4.3. Il cinema

Il calo di presenze, registrato nei trends internazionali e nazionali, non deve essere considerato puramente come un fenomeno recessivo: da settore portante del consumo di massa, qual'era negli anni '50, dopo l'avvento della televisione il cinema acquista infatti un ruolo nuovo, di settore della qualità degli spettacoli e di ricomposizione di pubblici intelligenti, non soltanto di élite, che possono determinare, a cascata, il suc-

cesso di strategie produttive e di filosofie spettacolari. Dunque un ruolo di mediazione tra "modelli alti" e "modelli bassi" di fruizione spettacolare, rispetto cui si pongono problemi di ristrutturazione sostanzialmente analoghi in Europa.

Specificatamente in Piemonte un'analisi del circuito distributivo commerciale mostra che la maggioranza delle sale sono state riconvertite alla produzione di prima visione ed ai proseguimenti. Nella quasi totalità, quelle sale contano soltanto sullo "sbigliettamento" come fonte di ricavi: pressochè assenti, tranne in alcune sale minori e di paese, le convenzioni con enti pubblici e privati per l'uso delle sale in occasione di altre manifestazioni che ne consentirebbero un uso più produttivo.

L'aspetto da sottolineare, comunque, è che in Piemonte il circuito della distribuzione commerciale pare scarsamente dotato di connessioni con altri modelli di fruizione sociale e culturale delle strutture. Ciò mentre, all'opposto, la nostra regione è una di quelle che sembra aver sviluppato in maniera rilevante -anche se mancano dati adeguati- un insieme di pubblici interessati alla produzione di qualità, che seguono i festivals, le rassegne, le sale alternative.

Per conseguenza, esiste tutta una serie di prodotti (lungometraggi, cortometraggi, video), che non hanno alcuna possibilità di uscire tramite il circuito commerciale e che possono essere fruiti soltanto in sale off: dalle cinematografie minori (asiatiche, africane, sudamericane), ai prodotti indipendenti o anche ai film commerciali che non sono di stagione.

La regione piemontese è una di quelle che registrano una partecipazione cospicua di pubblico a queste iniziative. Ad esempio, Il Festival Internazionale Cinema Giovani, giunto ormai alla sua sesta edizione, ha fatto registrare in nove giorni circa 60 mila presenze in quattro sale. La recente apertura della Multisala del Cinema Massimo di Torino, gestita dal Museo Nazionale del Cinema, ha fatto registrare circa 1.100 presenze quotidiane. Ad "eventi" come questi, corrisponde poi un forte circuito associativo. Il Movie Club -chiuso nel 1984 sempre a causa dell'"effetto Statuto"- registrava già allora 10.000 abbonamenti; il circuito Alace (cui aderiscono sette sale cittadine) ha avuto nel 1988 23 mila soci; esiste inoltre una ricca rete di altri circuiti privati di qualità diffusa in tutta la regione.

A questi dati relativi al consumo di qualità dei prodotti cinematografici corrisponde un tessuto di giovani registi particolarmente ampio e vivace. Il catalogo di Giovaniciak, il centro di raccolta dati e promozione degli artisti gestito dall'Assessorato per la Gioventù del Comune di Torino,

segnala circa 400 nomi di persone impegnate a vario livello nella produzione cinematografica e video torinese. Le attività di questi artisti valicano spesso i confini nazionali: ad esempio, nella sezione Spazio Aperto del Festival Internazionale Cinema Giovani vengono presentate annualmente più di cento opere di giovani autori torinesi. Alcuni di questi hanno prodotto film e telefilm in Germania e Francia.

La liberalizzazione delle frontiere prevista per il 1992 avrà influssi notevoli sull'evolversi di questa situazione. Dal punto di vista della produzione di qualità, delle nuove cinematografie e degli artisti emergenti, è possibile ipotizzare l'azione a livello europeo di agenzie che acquisiranno film in vari paesi, sottotitolandoli e facendoli circolare in tutta Europa attraverso circuiti commerciali e associativi. Un progetto di questo genere è già stato depositato alla Cee dai Francesi. In Italia, siamo in ritardo: è da segnalare che l'iniziativa regionale, pubblica e privata, potrà incidere significativamente nel breve-medio periodo.

Tuttavia, il problema maggiore, per il sistema piemontese, resta quello dell'integrazione fra modelli alti e modelli bassi di fruizione, tra circuiti commerciali, sale off, uso polivalente delle strutture, al fine di porre le basi per una valorizzazione interna ed esterna delle capacità creative di cui questo settore dispone.

4.4. Le arti figurative

Mentre il settore della musica classica, come si è visto, è in Italia sostenuto pressochè completamente da finanziamenti statali e degli enti locali, viceversa il settore delle arti figurative è quello che vede il maggiore intervento dei privati. Ciò a causa di due fenomeni: da un lato quello del mercato e della galleristica, dall'altro quello delle sponsorizzazioni di mostre o del restauro di beni monumentali e del loro riuso. I due fenomeni sono d'altra parte fra di loro indipendenti. Mostre e manifestazioni tematizzate, che mettono in rilievo un autore, una corrente o un periodo, diffondono aspettative in vari ambienti e creano sensibilità che portano prima o poi anche a ricadute sul mercato, allargandone l'interscambio e accrescendo le quotazioni di un genere, di un episodio, di una tendenza artistica.

Il fenomeno delle sponsorizzazioni, nella nostra regione, ha investito sia il settore dell'arte antica sia quello dell'arte moderna e contemporanea. Si possono individuare due tendenze: la prima ha teso a privilegiare

le iniziative a durata limitata delle mostre, come la retrospettiva di Alexander Calder promossa nel 1983 dalla Toro Assicurazioni, primo caso torinese di evento con ambizioni internazionali e unica occasione in Piemonte in cui più di 100.000 persone abbiano visitato un'esposizione d'arte. Una seconda tendenza, emersa in anni più recenti, è volta ad agire come partner di sostegno alle iniziative degli organismi pubblici preposti alla conservazione e alla gestione del patrimonio artistico. Lo sponsor privato demanda agli enti statali (le Soprintendenze che hanno competenza regionale) o locali (i Musei Civici dei singoli comuni) l'individuazione degli obiettivi e la responsabilità scientifica dell'intervento, finanziando iniziative che non si bruciano nel tempo breve della mostra e che consentono un ritorno d'immagine a lunga scadenza. Per imprese che vanno dal restauro delle residenze sabaude all'incremento e al riordino delle collezioni museali, l'insufficienza degli interventi pubblici è stata in questi anni compensata in particolare dai contributi di Fiat, Crt, San Paolo (restauro della Palazzina di Stupinigi, degli Archivi di Stato, e del Museo Civico d'Arte Antica di Palazzo Madama, incrementi alle collezioni di quest'ultimo e della Galleria Sabauda, mostre delle porcellane e degli orologi antichi nel Palazzo Reale di Torino, mostra "Diana trionfatrice: Arte di Corte nel Piemonte del '600" alla Promotrice di Belle Arti, mostra dei disegni della Biblioteca Reale "Da Leonardo a Rembrandt" a Palazzo Reale). Questa nuova politica di intervento (inidonea comunque a portare al superamento delle carenze croniche del sistema museale piemontese, che ripropone le difficoltà dell'intera situazione italiana) testimonia l'allineamento degli sponsor alla filosofia degli storici dell'arte impegnati nell'opera di conservazione, cioè alla valorizzazione del patrimonio artistico regionale tramite un'indagine sistematica e capillare.

Diverso il caso del Castello di Rivoli, nato e cresciuto attraverso vicende complesse proprio con la vocazione a dare spazio, con apertura internazionale, alla ricerca artistica contemporanea. Anche qui gli sponsor privati (Gft, Crt, Fiat) si sono nel corso dell'ultimo anno affiancati alla Regione Piemonte nel Consiglio di Amministrazione del Castello. Le attività del Castello sono dal 1984 centrate su una serie di mostre di carattere internazionale: è stato così possibile vedere esposti -sia pure solo temporaneamente, visto che non è stata perseguita una politica di acquisti e che il Castello non può perciò legittimamente definirsi museo- i lavori dei giovani maestri contemporanei, specie tedeschi e americani, ed è stata allo stesso tempo sancita la rilevanza internazionale del gruppo torinese dell'Arte povera. In attesa della riapertura (prevista ormai per gli anni '90)

della Galleria Civica d'Arte Moderna, che fu dal 1950 al 1970 il museo italiano più attento agli scenari internazionali, e in un'Italia quasi totalmente priva di musei di arte contemporanea, il Castello di Rivoli si presenta come la principale estensione nel nostro paese dello scacchiere mondiale del sistema dell'arte attuale. In particolare, esso si pone come roccaforte dello schieramento critico e mercantile che si identifica nelle ricerche degli anni '70 e che ha nell'Arte povera uno dei suoi punti di forza.

Si delinea così la situazione particolare dell'arte contemporanea in Piemonte (localizzata sostanzialmente a Torino, e con poche gallerie e sedi espositive decentrate rispetto al capoluogo), nettamente divisa tra il settore poverista (gli artisti, le gallerie e i collezionisti che dagli inizi li hanno appoggiati e acquistati), ormai attestato su posizioni di successo extranazionale, e il coacervo ricco ma almeno apparentemente incoerente delle nuove tendenze, lasciate in ombra dalla forza espansiva del primo schieramento.

I giovani artisti, per la maggior parte usciti da un'istituzione quale l'Accademia di Belle Arti, la cui riforma e il cui adeguamento alle nuove esigenze rimangono da anni inaffrontati, riescono difficilmente a uscire dal circuito separato delle rassegne collettive dedicate alle nuove ricerche dagli Assessorati alla Cultura o da organismi quali Unione Culturale Arci Nova, Arci Kids, Aics, per inserirsi nel gioco del mercato, del collezionismo, del confronto critico sugli organi di informazione specializzati.

Relativamente a questi ultimi si registrano in Piemonte due novità: la nascita nel 1988 di una rivista d'arte ("Contemporanea") che privilegia un taglio critico-informativo avvalendosi di collaboratori non solo italiani, e l'annunciato varo delle edizioni in lingua inglese e in lingua francese di una rivista ("Il Giornale dell'Arte") nata a Torino nel 1983 e il cui taglio informativo e capillare su tutti gli eventi artistici, compresi quelli legati al funzionamento del mercato, si è rivelato formula di grande successo. Gli editori di entrambe queste riviste (Il Quadrante e Umberto Allemandi) sono anche gli unici protagonisti piemontesi di rilievo nel settore dei cataloghi di mostre.

Torino non si è allineata a Milano, Venezia, Firenze, Roma nell'organizzazione di mostre capaci di attirare il pubblico di massa anche da altre città, ed è rimasta meta del turismo artistico principalmente per il Museo Egizio, Il Palazzo Reale, Il Castello di Rivoli. Anche per invertire questa tendenza si sta puntando su collaborazioni e scambi internazionali. Ricordiamo a questo proposito la mostra dei Tesori di Shenyang che hanno lasciato per la prima volta la Cina per essere esposti nel settembre 1989

nella Palazzina di Caccia di Stupinigi, in un'iniziativa che ha saldato investimenti pubblici e privati (Comune di Torino, Crt, Fiat), di breve e lunga durata (esposizione dei reperti cinesi e dei risultati del restauro degli ambienti espositivi). L'Assessorato per la Cultura del Comune di Torino ha avviato una collaborazione anche con il Centre Pompidou di Parigi, puntando sull'architettura e nel 1988 la mostra di Le Courbasier e nel 1990 quella di Tony Garier ed esportandovi nel 1989 quella del torinese Carlo Mollino, a dimostrazione del fatto che le politiche di scambio culturale internazionali sono tanto più efficaci quanto più puntano sulla valorizzazione di figure ed episodi locali di qualità.

Mentre è ancora aperta la discussione sul riuso del Lingotto. La mostra su sessant'anni di storia e cultura in Urss, organizzata nell'estate '89, per iniziativa della Fiat, ha portato nei locali della ex-fabbrica i capolavori dell'avanguardia russa e sovietica, difficilmente accessibili o mai visti dal pubblico occidentale, rafforzando la filosofia piemontese dell'attenzione alla contemporaneità non solo artistica.

L'internazionalità del mercato è un fatto, sia per quanto riguarda l'arte antica e l'antiquariato, sia per quanto riguarda l'arte contemporanea. Se già oggi per quest'ultima non esistono vincoli all'esportazione, dal 1993 l'intero patrimonio artistico diventerà europeo e in Italia si è acceso fin d'ora lo scontro tra i diritti del libero mercato e la legislazione che regola la tutela dei beni artistici.

In attesa della normativa che dovrà essere varata entro il 1992, i responsabili della conservazione ribadiscono la necessità delle notifiche e dei vincoli tesi ad impedire che le testimonianze dell'arte italiana vadano sistematicamente ad arricchire musei e collezioni straniere, mentre antiquari, galleristi e case d'arte auspicano come occasione di espansione straordinaria, che dovrebbe investire anche il Piemonte, la libera circolazione delle opere in ambito Cee.

4.5. L'editoria libraria

Come si è accennato, una delle caratteristiche strutturali della produzione, diffusione e consumo di cultura in Piemonte è costituito dall'alto numero di addetti alla grafica ed all'editoria. Sempre prendendo come base il censimento Istat 1981 -che come si è detto deve ormai considerarsi relativo ad una situazione ampiamente evoluta- si nota infatti come il Piemonte si collochi in questo sotto settore di attività al terzo posto fra le

regioni italiane. Scontato appare qui il predominio della Lombardia ove si concentrano da sempre attività ed imprese di rilevanza nazionale e che, con quasi settantamila addetti, rappresenta da sola oltre un terzo -e precisamente il 37,14%- del totale nazionale. E' altrettanto scontato, subito dopo, il peso del Lazio, regione in cui ha sede la capitale e nella quale per ragioni innanzitutto istituzionali si concentrano inevitabilmente molte delle attività produttive e distributive di questo sotto settore. Quanto al Piemonte, che con il 9,56% è terzo nella graduatoria nazionale delle regioni, va considerato che questo dato rispecchia elementi di forza e di debolezza. Rispetto alle regioni considerate, infatti, il Piemonte ha soltanto il 3,03% degli addetti alla stampa dei quotidiani, collocandosi al penultimo posto, appena prima della Lombardia (si confronti la tab. 1 al par. 2.2., e la tab. 5 qui riportata). La situazione cambia se consideriamo invece la categoria "altre arti grafiche", in cui il peso del Piemonte, sempre al terzo posto, appare più consistente (pari al 10,40%) e la distanza con il Lazio si riduce a meno di 4 punti in percentuale. Non diverso il rapporto per quanto concerne gli addetti ad un altro settore strategico, l'editoria, in cui il Piemonte sale all'11,92%, riducendo ulteriormente la distanza dal Lazio.

Tabella 5 Addetti nei settori della grafica e dell'editoria

	N. addetti in migliaia	% sul totale nazionale
Piemonte	17,5	9,6
Lombardia	68,0	37,1
Liguria	3,6	2,0
Emilia Romagna	14,2	7,8
Veneto	16,0	8,7
Toscana	9,0	4,9
Lazio	26,2	14,3

Fonte: Elaborazione Ires su dati Istat, 1981. Categorie aggregate: 1) stampa di giornali quotidiani; 2) altre categorie grafiche; 3) legatorie e rilegatorie; 4) industrie collegate alla stampa; 5) editoria.

I dati censuari relativi agli addetti nel settore trovano peraltro conferma nei dati, più aggiornati, che si possono ricavare dall'edizione 1989 del Catalogo degli editori italiani. Secondo questa fonte, le case editrici rilevate a livello nazionale risultano essere complessivamente 2.315, di cui oltre la metà, e precisamente il 54%, è localizzato al nord, il 32,2% al centro ed il 13,8% nel meridione. Nella graduatoria regionale il Piemonte si collocherebbe al quarto posto, con 190 imprese censite, dopo la Lombardia (595), il Lazio (438) e la Toscana (191). Guardando ai capoluoghi, Torino risulta essere al terzo posto in Italia, con 137 case editrici, dopo Milano (440) e Roma (419).

La consistenza di questo settore in Piemonte appare però più netta ove si considerino i dati, della stessa fonte, relativi alla produzione libraria in titoli e pagine. Come si può notare dalla tabella 6, mentre la Lombardia concentra poco meno della metà della tiratura nazionale, il Piemonte è al secondo posto sia per numero di titoli, che per pagine e per tiratura distribuita.

Tabella 6 Graduatoria delle prime 10 regioni italiane per produzione libraria nel 1987 (pagine e tiratura in migliaia)

	Opere	Pagine	Tiratura
Lombardia	12.030	4.030	86.128
Piemonte	3.363	1.207	25.193
Lazio	2.940	931	13.551
Emilia Romagna	2.977	884	11.031
Toscana	1.900	575	14.038
Veneto	903	300	3.225
Campania	274	229	2.369
Sicilia	324	76	850
Puglia	224	56	567
Calabria	151	27	234

Fonte: Ass. Italiana Editori "Catalogo degli Editori italiani", Milano 1990

Anche nel settore della produzione libraria, per molti aspetti strategico, riguardo allo sviluppo della cultura, si rileva in Piemonte una tendenza analoga a quella già osservata altrove, e cioè una base produttiva

solida, con potenzialità sommerse e con buone prospettive di sviluppo, accompagnata dall'invecchiamento di alcune imprese senza un'adeguata modernizzazione di altre, con mancanza di sinergie e forte segmentazione delle unità piccole e medie. In mancanza di indagini particolareggiate, si stima che accanto alle imprese editoriali censite vi siano numerose aziende e ditte di varia dimensione, che pur potendo per la qualità della produzione aspirare ad una "nicchia di eccellenza" sul mercato, sono però più che altro delle "botteghe artigiane". Occorrerebbero forme di aggregazione e consorziazione di servizi, oltre a sinergie con altri settori e in primo luogo con la scuola e con le comunicazioni di massa (televisioni locali, periodici d'informazione e editoria specializzata).

Sia per la grafica che per l'editoria, in Piemonte sono d'altro canto presenti anche industrie di grandi e medie dimensioni, in un caso con oltre 1.000 addetti e con fatturati sui 200 e 250 miliardi, che producono per il circuito commerciale (grandi periodici, guide telefoniche, orari ferroviari, cataloghi, ecc.). Una recente indagine, che ha analizzato alcuni casi significativi di imprese di grandi e medie dimensioni, sia nella grafica che nell'editoria, ha messo in luce alcuni requisiti importanti per lo sviluppo del settore, ed in particolare la flessibilità crescente rispetto all'introduzione di nuove tecnologie e la necessità di investimenti nella formazione di forza lavoro specializzata. In entrambi i settori si sono avute assunzioni di una certa consistenza, pari nella grafica a circa il 10%. Si evidenzia però una strozzatura del mercato del lavoro relativo a questo sotto settore, dalla parte soprattutto dell'offerta, insufficiente quantitativamente e orientata al lavoro generico, mentre scompaiono le figure tradizionali e vi è sempre più bisogno di nuove forme di qualificazione e di figure di "gestore complessivo" dei testi e dei contenuti grafici dell'intero processo di lavorazione.

In entrambi i settori, relativamente alle dimensioni mediograndi delle imprese, le prospettive di sviluppo sono buone, e già oggi le imprese grafiche maggiori, presenti in Piemonte, sono in grado di competere con successo su mercati transnazionali. Per l'editoria viceversa, date le barriere linguistiche, si ritiene che le prospettive di sviluppo rimarranno interne soprattutto al mercato nazionale. In entrambi i settori si prevede tuttavia una relativa crescita dell'occupazione.

4.6. *L'editoria periodica d'informazione e d'attualità*

Tra i settori "sommersi" di attività culturale va infine ricordato quello dell'informazione locale, costituito dalla stampa periodica bisettimanale, settimanale e mensile. Ingiustificatamente definito come "minore", questo settore editoriale svolge in realtà funzioni essenziali di raccordo fra comunità e sistema regionale, articolando interessi e vocazioni sul territorio e contribuendo alla circolazione delle notizie e delle idee. In Piemonte, come mostrano alcune ricerche, esso costituisce una vera e propria "rete informativa" (Marletti, 1987 e 1988).

Uno sguardo ai dati dell'annuario Uspi -l'Unione Stampa Periodica Italiana- che costituisce allo stato attuale la fonte più completa e attendibile di cui si dispone, mostra infatti che ben quattro tra le province piemontesi rientrano fra le prime quindici d'Italia in base ai dati del 1983; e il capoluogo regionale, Torino, è terza subito dopo Milano e Roma, ed alla pari con Napoli.

Tabella 7 Graduatoria delle prime 15 province per
numero di periodici d'informazione nel 1983

Milano	139	Novara	32
Roma	93	Como	32
Torino	63	Udine	30
Napoli	63	Firenze	30
Bari	51	Forlì	30
Cuneo	50	Alessandria	29
Genova	38	Salerno	27
Bologna	33		

Fonte. Uspi

Anche i dati più recenti, forniti dalla stessa fonte, mostrano la consistenza della "rete informativa" piemontese. La nostra regione si situa infatti al secondo posto, a meno di tre punti in percentuale rispetto alla Lombardia, e circa altrettanti in più rispetto alla Campania, regione che si colloca al terzo posto nella graduatoria italiana.

Si tratta ovviamente di testate assai diverse fra di loro per dimensione e scopi sociali, nonchè per consistenza economica, capacità di im-

Tabella 8 Graduatoria delle prime 10 regioni italiane per numero di periodici d'informazione nel 1987

	Numero	%	Variazione % 1983-87
Lombardia	155	14,19	-2,79
Piemonte	124	11,36	-0,50
Campania	92	8,43	+1,41
Emilia Romagna	82	7,51	-1,07
Sicilia	82	7,51	+0,89
Lazio	80	7,33	+0,31
Veneto	72	6,59	-0,15
Puglia	67	6,14	-0,08
Toscana	66	6,04	-0,24
Calabria	53	4,85	+1,80

Fonte: Uspi

presa e collocazione sul mercato. Si possono distinguere vari tipi di funzione: 1) la circolazione di informazioni di attualità a livello comunale, intercomunale e provinciale, o in alcuni casi anche regionale; 2) la funzione di rappresentanza ed espressione di gruppi e correnti politiche; 3) la funzione di rappresentanza di categorie sindacali, professionali o imprenditoriali; 4) la funzione associativa in riferimento a comunità etniche o territoriali ed a forme di associazionismo di base o volontario; 5) funzioni promozionali, commerciali e pubblicitarie di vario tipo; 6) funzioni di aggregazione di interessi specialistici ed amatoriali di vario tipo, connessi all'hobbismo, al tempo libero, turismo, sport, ecc.

Un'indagine promossa nel 1986 dall'Assessorato alla Cultura della Regione Piemonte consente di valutare la consistenza delle diverse categorie di periodici per due province (tab. 9).

Se si guarda complessivamente ai due settori dell'editoria libraria, prima esaminati, e dell'editoria periodica di informazione e di attualità, le cui sinergie e diversificazioni richiederebbero ulteriori analisi, il Piemonte rappresenta un riferimento nazionale per la piccola e media editoria. Ciò anche organizzativamente. Nella nostra regione, va ricordato, ha attualmente sede l'Aipe, Associazione Italiana Piccoli Editori, di recente formazione, i cui soci fondatori sono in gran parte piemontesi e che ha ormai

Tabella 9 Tipologia dei periodici d'informazione locale in due province piemontesi

	Torino %	Cuneo %
Testate d'informazione e cronaca locale	46,9	40,0
Opinionismo e attualità politica	12,5	25,7
Fogli di propaganda e attivismo politico	10,9	14,3
Pubblicazioni associative, categoriali, di rappresentanza	17,2	14,3
Pubblicazioni a carattere commerciale e pubblicitario	9,4	-
Varia attualità	3,1	5,7
	100% = n. 64	100% = n. 35

Fonte: "La rete informativa del giornalismo locale piemontese", Regione Piemonte, Torino, 1987

allargato la propria area di adesioni a tutto il territorio nazionale. Ma è soprattutto l'iniziativa del Salone del Libro, giunta ormai alla terza edizione, che mostra il dinamismo e la potenzialità del settore, costituendo un momento rilevante di immagine e di richiamo a livello nazionale e internazionale, oltre a favorire il confronto fra diverse categorie di operatori e la migliore conoscenza del mercato.

4.7. La radio e televisioni locali

L'editoria, le comunicazioni di massa, il giornalismo sono come si è detto settori chiave nella ricomposizione delle attività culturali. I media

rappresentano oggi uno strumento indispensabile per la valorizzazione del patrimonio culturale, lo sviluppo dei consumi e di forme nuove di fruizione, anche se la loro azione è ambivalente, in quanto essi possono ridurre e appiattire l'esperienza della cultura tramite logiche spettacolari e sensazionalistiche.

Nei rapporti fra territorio e comunicazione un ciclo è oggi finito, o sta per finire. E' il ciclo della televisione come "grande mezzo" a livello nazionale. La nuova fase che si apre negli anni '90, è caratterizzata dall'importanza, accanto ai "grandi mezzi" come i network televisivi nazionali e i quotidiani a grande tiratura, come "La Stampa" in Piemonte, anche dai "piccoli mezzi", più legati al territorio, come i periodici locali di cui già si è parlato e dei quali si è vista la potenzialità, e come le televisioni e le radio locali.

Questa nuova importanza dei "piccoli mezzi" nasce da due ordini di motivi. Il primo, perchè l'informazione locale rappresenta una mediazione essenziale nel rapporto fra i cittadini e le istituzioni. E ciò non soltanto nel senso classico che l'informazione fa "opinione", ma perchè i canali dell'informazione rappresentano i "nervi" di un sistema territoriale, l'insieme delle reti capillari attraverso cui vengono fatte circolare e socializzate risorse materiali e simboliche di vario tipo, accrescendo il pluralismo e l'articolazione degli interessi di un'area. Il secondo motivo viene dalle nuove forme di integrazione fra pubblicità, promozione, marketing, che portano all'emergere di un mercato della comunicazione che da un lato tende ormai all'estensione transnazionale a livello europeo, e dall'altro porta a una crescente richiesta di canali e forme di "comunicazione mirata" sul territorio.

Per ora, ci troviamo in una fase di transizione. Queste prospettive richiederanno un'ampia ristrutturazione del settore. Come si è detto, a proposito dell'editoria periodica di informazione e di attualità, anche per quanto riguarda le televisioni e le radio locali ci troviamo di fronte a un insieme assai vario di imprese che sono diverse fra di loro per dimensioni, capacità produttiva, organizzazione e collocazione sul mercato. Solo alcune di esse hanno già provveduto o stanno provvedendo a modernizzarsi, mentre altre appaiono marginalizzate o in crisi. Vi è dunque una forte sfasatura fra prospettive e stato attuale.

In base ai dati di una recente rilevazione promossa dalla Regione Piemonte, nella nostra regione hanno sede 25 emittenti televisive (ossia il 4,6% su 543 emittenti risultanti a livello nazionale. Di esse, 8 sono affidate a network o circuiti. Quanto all'area di diffusione, 7 di esse sono ascoltate

da un pubblico distribuito sull'intero territorio regionale, mentre 9 hanno un ascolto provinciale e 9 soltanto locale. L'ultima indagine Istel Regioni, relativa a dati 1986, quantificava l'ascolto orario medio in circa 272.000 contatti, una decima parte del pubblico raggiunto contemporaneamente dalle reti Rai e Fininvest nell'insieme.

Per quanto riguarda gli addetti, il 76% delle emittenti televisive censite ha un numero di addetti inferiore a 20, e soltanto le 6 emittenti di maggiori dimensioni supera questa soglia. In media, si hanno 15 addetti, di cui 8 a tempo pieno e 7 a tempo parziale. Il 72% delle emittenti trasmette informazione, a prevalente carattere locale o locale-regionale. Accanto all'informazione, tra i generi maggiormente presenti vi sono le rubriche di attualità, mentre film, telefilm e intrattenimento hanno un ruolo minore nel palinsesto. Notevole importanza assumono poi le attività collaterali. L'8% delle emittenti svolgono attività promozionale, marketing, aste e così via. Il 52% di esse ha programmi sponsorizzati; e lo stesso numero trasmette fino a 100 spot in media al giorno. Le 6 emittenti di maggiori dimensioni arrivano sino a 220 spot. Infine, un terzo circa delle televisioni piemontesi vende tempo d'antenna per trasmissioni commerciali.

Il panorama è dunque quello di una ristrutturazione in corso, con alcune emittenti -le 6 di maggiori dimensioni- che appaiono ben posizionate e con una buona collocazione di mercato. Il problema maggiore delle televisioni locali è costituito dal cosiddetto "cerchio vizioso" dell'autoproduzione. Come mostrano varie indagini, infatti, il pubblico delle televisioni locali è molto selettivo. Esso sceglie prevalentemente le emittenti nazionali e toma sulle locali soltanto alla ricerca di certi generi (notiziari, rubriche, filo diretto), generi della fiction trascurati dalle nazionali e altri programmi di "qualità", in particolare quelli "targettizzati" che rispondono ad esigenze di comunicazione mirata a pubblici particolari: agricoltori, hobbisti, sport minori, folklore locale, ambiente, oltre naturalmente all'informazione di servizio (meteorologia, turismo, agenda spettacoli e servizi).

Ciò porta alla necessità di concentrare la programmazione su generi "autoprodotti", perché è inutile competere con le grandi reti Rai o Fininvest nella programmazione di film costosi o di spettacoli di intrattenimento ad alto livello. Ma autoprodurre non basta, perché occorrono programmi di qualità, notiziari agili, informati, condotti da professionisti. L'autoproduzione legata ad un pubblico locale e a forme di comunicazione mirata è perciò costosa e pur tuttavia necessaria per mantenere la fedeltà del pubblico. Molte emittenti non reggono questo "cerchio vizioso". Mentre il 16% (ossia 4 emittenti soltanto) riesce ad autoprodurre programmi per la mag-

gioranza delle ore trasmesse e solo 2 emittenti sono in grado di produrre da sé la quasi totalità dei programmi diffusi, dall'altro lato vi sono emittenti che non producono nemmeno un'ora di programmi al giorno in proprio, e le restanti ne producono meno della metà. Se per risolvere il dilemma ci si affilia a reti e circuiti che forniscono ore video, l'emittente finisce di perdere la propria identità di televisione locale e la fedeltà del pubblico, diventando un mero contenitore commerciale, non più in grado di svolgere funzioni culturali e un ruolo di mediazione tra il territorio e le istituzioni e la politica regionale.

Qualche cenno infine alle emittenti radiofoniche. Il computo di esse è più difficile, in quanto esse sorgono e scompaiono anche nel giro di poche settimane. Inoltre, non sempre quelle che si definiscono come "radio" lo sono effettivamente. Spesso si tratta anche soltanto di stazioni che trasmettono un segnale per mantenere occupato un canale e diffondere registrazioni e comunicati commerciali per poche ore al giorno. Comunque, in base all'indagine Isar, le radio piemontesi sarebbero 138, di cui 39 a Torino, 22 a Vercelli, 28 a Novara, 20 a Cuneo, 14 ad Asti e 16 ad Alessandria. Si calcola però che le emittenti realmente operanti e identificabili siano poco più di una novantina. Si tratta comunque di una rete notevole. La provincia di Torino appare anzi in testa alla graduatoria italiana, seguita da Milano con 35 emittenti e da Roma con 34.

Il dilettantismo e la dimensione artigianale e semi volontaria delle iniziative appaiono ancora molto diffusi, anche per il costo minore dell'impianto di una stazione radio rispetto a quelli di una emittente televisiva. Solo il 62% presenta un organico con persone a tempo pieno; ed il 60% delle radio ha un numero di addetti inferiore a 10. Questo profilo scarsamente aziendale è confermato dalla bassa quota di spese per investimenti, dal fatto che la pubblicità nella maggioranza dei casi è raccolta in modo diretto e accidentale, così come manca ogni programmazione e marketing. Tuttavia anche tra imprese a prevalente gestione artigianale, quando non addirittura individuale, si rilevano casi di dinamismo e imprenditorialità. Anche in questo settore -come per le televisioni locali- uno sviluppo e un superamento della polverizzazione attuali possono venire da una programmazione e da una specializzazione nella direzione dell'informazione locale, oltre che delle funzioni associative e aggregative che la radio, mezzo più interattivo della televisione, può avere sul territorio.

CONCLUSIONI: POTENZIALITA' E SQUILIBRI DELLA CULTURA PIEMONTESE NELLA PROSPETTIVA DEL 1992

La prospettiva del 1992 trova la cultura piemontese in un momento di transizione particolare. Il settore appare caratterizzato da un lato da potenzialità, dall'altro da squilibri.

Nel quadro di una circolazione allargata su scala europea dei beni e dei prodotti, il Piemonte potrà inserirsi efficacemente valorizzando le proprie risorse culturali soltanto se questi squilibri verranno affrontati e superati. Riassumendo quanto si è detto in precedenza, i principali problemi a cui guardare ci sembrano essere i seguenti:

- a) tra gli elementi di squilibrio ereditati dal passato, va ricordato in primo luogo il centralismo, di derivazione sabauda e rafforzatosi con lo stato unitario, che privilegia il capoluogo torinese, concentrando in esso strutture e attività, a scapito delle restanti province. Molti indicatori, dalle iniziative di restauro di beni monumentali al formarsi di strutture museali, sino alle manifestazioni artistiche e spettacolari, testimoniano oggi di un risveglio della vita culturale nelle province e nei principali capoluoghi. Ma questa tendenza non può svilupparsi pienamente senza una politica regionale volta al superamento del centralismo e al sostegno del pluralismo e dell'autonomia locale. Se in passato le economie di scala e il finanziamento prevalentemente statale imponevano modelli accentrati di produzione e fruizione della cultura, oggi l'aumento della complessità e della differenziazione sociale non si concentra nelle sole aree metropolitane ma si manifesta in modo diffuso, pur se a macchia di leopardo, su varie aree provinciali e municipali, rendendo possibile un modello policentrico che, per la sua maggiore flessibilità, è destinato ad imporsi su scala europea. L'istituzione delle "aree metropolitane", che ridefinirà le competenze sul territorio regionale può essere un'occasione per incamminare il Piemonte sulla strade del policentrismo;
- b) un secondo elemento di squilibrio è costituito dalla segmentazione interna del sistema. Per segmentazione intendiamo qui il fatto che nei

vari settori -la musica classica, le arti figurative, il teatro di prosa, la sperimentazione audiovisiva e il cinema d'avanguardia, la danza, il rock e così via- si sviluppano spesso iniziative eccellenti e di alto livello, la cui fruizione rimane ristretta ad un pubblico di appassionati e di specialisti di ciascun genere, mentre potrebbe interessare e coinvolgere un pubblico assai più ampio o quanto meno più differenziato dal punto di vista socio-culturale, come avviene in altre regioni.

Se fino ad un certo punto la specializzazione degli interessi dei fruitori è un fenomeno normale e positivo, oltre una certa soglia esso genera effetti controproducenti e frenanti, quando, come avviene in Piemonte, i circuiti delle attività intellettuali ed artistiche sono più separati che altrove e fanno capo per lo più a pubblici non integrati fra di loro. Una conseguenza significativa di questa segmentazione interna del sistema piemontese, è il fatto che in molti campi le iniziative sviluppatesi nella regione trovano riconoscimento e successo all'estero, non solo in Europa, mentre restano pressochè sconosciute in Piemonte.

Tipico in proposito, come si è visto, è l'esempio del cinema, settore in cui, nella nostra regione, la distribuzione commerciale incontra grosse difficoltà nella programmazione del mercato, e in special modo dei prodotti di qualità, proprio mentre la regione è nello stesso tempo sede di manifestazioni di livello internazionale come il Festival Cinema Giovani e può contare su un pubblico intelligente di appassionati. Allo stesso modo anche il teatro di prosa ha dato luogo ad un interscambio vivace. Ma mentre le rappresentazioni esportate all'estero sono molte, quelle che vengono invece importate in Piemonte sono al confronto un terzo;

- c) in terzo luogo, infine, l'indagine sul pubblico dello spettacolo dal vivo - per ora la prima in Italia a livello di dati individuali - mette in luce che tale pubblico è più ristretto del previsto, in quanto solo un piemontese su dieci fruisce occasionalmente o con una certa frequenza di spettacoli dal vivo in un anno. L'analisi della composizione socioeconomica e delle tipologie di spettatori mostrano inoltre come si tratti di un pubblico a prevalenza giovanile, formato in gran parte di insegnanti e studenti, e relativamente femminilizzato. Letta da un certo punto di vista, la presenza di donne giovani è certamente un dato positivo e gli insegnanti sono senza dubbio una categoria centrale nella formazione di un pubblico colto, capace di interagire a livello cittadino. Ma sotto un altro punto di vista si nota una persistenza del modello pedagogistico oggi superato, e della dipendenza eccessiva del successo di talune

attività dal pubblico delle scuole, mentre altri settori di pubblico ne restano esclusi. Ciò riguarda in particolare due categorie. La prima, è costituita dagli addetti al terziario avanzato. Ad un notevole insediamento di attività di questo tipo nella nostra regione, non corrisponde uno sviluppo conseguente degli interessi culturali che professioni e specializzazioni ad esse connesse di solito comportano. La seconda è costituita dai figli -e nipoti- degli immigrati meridionali. Su questa categoria, l'indagine offre pochi dati, anche se essi sembrano suggerire una bassa propensione degli immigrati anziani a vivere la città ed al contrario una propensione dei giovani immigrati a sfruttare lo spettacolo dal vivo come occasione di socializzazione, ad esempio nel campo della musica leggera e del jazz. E' tuttavia un problema sui cui occorreranno ricerche più approfondite.

Sia i fenomeni di segmentazione, sia il peso di alcune categorie socio-professionali e l'assenza di altre, rimandano infine ad un problema di fondo, che si è in varie occasioni già segnalato, ossia all'inadeguato sviluppo di circuiti di comunicazione attraverso i media e all'insufficiente definizione della cultura piemontese in termini di immagine. Quest'ultimo, fondamentale elemento di ritardo e di squilibrio nella valorizzazione delle risorse culturali piemontesi, va affrontato a diversi livelli. Il primo è costituito dall'informazione locale. A lungo le manifestazioni culturali piemontesi e le opportunità di fruizione intellettuale ed artistica sono rimaste confinate entro cerchie ristrette, dando luogo ad elaborati rituali simbolici (Bonazzi, 1987), semplicemente perchè di esse non veniva data notizia, e l'unico modo per venirne a conoscenza era quello di fare già parte di una cerchia di appassionati, utilizzando i canali della comunicazione interpersonale. Ciò costituiva una persistenza o una riproduzione di tratti elitistici nel sistema piemontese. Dopo l'esperienza del periodico "Città", il cui inserto faceva scoprire ai torinesi che le opportunità di fruizione del tempo libero e della cultura erano nell'area metropolitana più numerose e più qualificate di quanto non si ritenesse in termini di luogo comune, la situazione è oggi migliorata, sia con supplementi come TV Sette, che con le pagine locali della "Stampa" e di "Repubblica", oltre che con le notizie fornite dalle varie edizioni del TG regionale e da alcune interessanti rubriche e notiziari sulle TV locali, il cui censimento attende di essere fatto. Malgrado questo miglioramento, la selezione delle notizie e delle indicazioni, così come la loro messa in rilievo, è ancora in gran parte casuale, effettuata "a pioggia", o comunque dipendente più dalle routines redazionali

che da logiche meditate di scelta e di critica. Data la potenzialità del bacino piemontese nel suo insieme, vi è ancora spazio per iniziative editoriali metropolitane, provinciali e intercomunali in questo campo.

Molto resta dunque da fare per contribuire alla creazione di una "agenda dello spettatore informato", ossia alla definizione ragionata delle scadenze ed impegni cui individualmente i fruitori di cultura e dello spettacolo di qualità possono essere interessati, valutando i costi non solo in termini di prezzo ma di facilità di accesso e di informazione preventiva. Basti pensare che della maggior parte di manifestazioni e rappresentazioni lo spettatore interessato che non faccia stabilmente parte di una cerchia di appassionati viene a conoscenza solo con la cronaca, ossia quando esse già sono state effettuate. La presentazione, quando c'è, si limita all'annuncio o al tassello, e può facilmente sfuggire.

E' da questo punto di vista, riteniamo, che un ruolo fondamentale può essere svolto dal marketing e dalla comunicazione istituzionale. Da se stesso, il circuito dell'informazione privata non può fornire una comunicazione adeguata. Occorre un'opera di promozione e ricerca che solo l'Ente pubblico può svolgere. E ciò innanzitutto col garantire, tramite l'istituzione di un Osservatorio Regionale della Cultura, un flusso costante di dati attendibili e una collezione di tutte le fonti esistenti sul territorio, al fine di permettere agli operatori pubblici e privati di programmare le loro attività. In secondo luogo, attraverso campagne di marketing mix orientate soprattutto ai settori di pubblico che si intendono avvicinare e coinvolgere. In terzo luogo sostenendo iniziative di comunicazione non soltanto specialistiche o generiche, ma di integrazione fra settori diversi di pubblico e di formazione ragionata dell'agenda individuale e familiare del fruitore medio, orientandola verso un alto livello qualitativo. Spetta infine all'Ente locale e in particolare all'Ente regionale un ruolo decisivo nella formazione della "immagine complessiva" della cultura piemontese. Mentre lo sviluppo di canali di comunicazione e l'azione di marketing mix riguardano soprattutto l'espansione della domanda interna, la definizione complessiva di un'immagine della cultura piemontese riguarda l'esterno e l'accesso alle comunicazioni e all'informazione a livello nazionale e internazionale. E' solo con la definizione dell'immagine complessiva che l'attenzione dei media e degli operatori al di fuori della regione si manterrà alta verso le iniziative e gli interscambi che essa sviluppa. E l'incapacità del Piemonte e dell'area metropolitana torinese a fare notizia in campo culturale sui media nazionali e transnazionali ha rappresentato a lungo uno degli handicap del sistema.

Come si è detto, in Piemonte la transizione da un modello di finanziamento prevalentemente statale delle attività culturali a un modello misto di spesa regionalizzata e di sponsorizzazione privata, è ormai avviata come in tutto il resto d'Europa. L'insufficiente istituzionalizzazione a livello di spesa regionale rende però i contorni di questo nuovo modello ancora incerti. La selezione da parte dello sponsor privato delle iniziative comporta inevitabilmente elementi di casualità e di interesse particolare. Oltre che sul piano delle politiche, è anche sul piano delle campagne d'immagine che questi elementi possono venire positivamente bilanciati in favore dell'interesse generale. Ed un incontro ed una armonizzazione fra soggetti privati e sfera pubblica è in Piemonte possibile. Accenneremo appena qui al fatto che in Piemonte, sfavorito in passato per la mancanza di grandi città d'arte e per la sua collocazione eccentrica rispetto all'eccezionalità storica del contesto italiano, trova oggi nuovamente delle opportunità anche sul piano dell'immagine in una fase in cui si va verso una storicizzazione più diffusa dei beni monumentali e in cui è possibile coniugare insieme il grande barocco e il post-industrialismo, data la centralità che vengono assumendo i contenitori (come sono il Lingotto e talune residenze sabaude). E' un discorso che richiede però ulteriori riflessioni e ricerche.

Concludendo, i sistemi locali che saranno in grado di attrezzarsi non solo dal punto di vista delle strutture ma anche della comunicazione, potranno ampiamente avvantaggiarsi della prospettiva del 1992 e della caduta delle barriere che tuttora ostacolano la circolazione dei beni e delle prestazioni intellettuali, culturali ed artistiche. Viceversa i sistemi che per squilibri interni o incapacità politica non riusciranno ad adeguarsi alle nuove logiche dell'incontro fra pubblico e privato, e della comunicazione, inevitabilmente saranno destinati ad una marginalizzazione. E per le regioni ad alto sviluppo socioeconomico come il Piemonte, una marginalizzazione culturale implicherebbe un *social wasting* non indifferente, con ricadute negative anche sulle attività produttive ed economiche.

APPENDICE

1. *La sponsorizzazione culturale nella Comunità europea*

Il finanziamento privato della cultura sembra essere entrato in tutta Europa in una fase di crescita. A differenza degli Stati Uniti, dove storicamente sono stati i privati a sostenere economicamente la produzione culturale del Paese, in Europa solo recentemente il finanziamento privato della cultura è divenuto un fenomeno quantitativamente rilevante.

Nonostante le diverse modalità di intervento, si possono tuttavia individuare le principali linee di tendenza comuni all'insieme dei paesi membri:

- 1) una domanda crescente di mezzi finanziari per lo sviluppo artistico e culturale, cui i bilanci pubblici non riescono a far fronte;
- 2) un'offerta potenziale da parte delle imprese che si presentano sempre più interessate al sostegno della cultura e dell'arte;
- 3) carattere relativamente discreto dell'intervento privato e delle contropartite richieste dalle imprese, cui fa riscontro una relativa diminuzione della diffidenza verso i finanziamenti privati da parte degli operatori culturali.

Nell'ambito comunitario gli stati membri sembrano attualmente ricercare, più che una proposta di modello unico di organizzazione della cultura, la formulazione di orientamenti relativi ai principali nodi problematici delle politiche culturali, e precisamente:

- a) *flessibilità ed efficienza*: l'organizzazione della cultura deve adattarsi al tessuto culturale di ciascun paese, individuandone i settori portanti e le esigenze poste in essere dalle trasformazioni e dai mutamenti socio-culturali;
- b) *pianificazione*: è auspicabile una pianificazione delle politiche culturali, evitando però un'irrigidimento sui programmi che devono mantenere una certa flessibilità;
- c) *informazione*: è essenziale sviluppare, sui territori nazionali, osservatori culturali e banche-dati accessibili a tutti i livelli dell'amministrazione pubblica e ai privati interessati;
- d) *cooperazione pubblico-privato*: per lo sviluppo di forme di collaborazione è indispensabile potenziare organi consultivi formati da esperti, professionisti, associazioni, istituzioni private e pubbliche;

- e) *decentramento*: oltre a rispondere alle esigenze di un miglior funzionamento degli apparati amministrativi il decentramento consente una politica di intervento più aderente alle caratteristiche delle aree e delle comunità locali;
- f) *coordinamento*: è necessario che i vari livelli dell'amministrazione agiscano in modo coordinato tanto a livello verticale quanto orizzontale.

In alcuni paesi esistono associazioni di imprese sponsor che svolgono un'importante funzione di interfaccia tra finanziamento della cultura, sia esso pubblico o privato, e il mondo delle arti.

L'importanza di tali associazioni risiede nella loro capacità di organizzare e razionalizzare la dinamica delle sponsorizzazioni, senza intervenire direttamente sul finanziamento dei progetti nello specifico, ma contribuendo in modo sostanziale allo sviluppo e alla promozione degli interventi culturali.

In primo luogo, il ruolo delle associazioni si esplica attraverso un'azione svolta accanto al potere pubblico, come avviene soprattutto in Francia e in Germania.

Inoltre, esse svolgono attività di diffusione di informazioni, di documentazione, di organizzazione di convegni e congressi e di consulenza presso i propri aderenti.

In senso storico, la prima associazione fra imprese sponsor è la Kulturkreis, sorta nel 1951 nella Repubblica Federale Tedesca, cui aderiscono circa 500 membri e può contare sull'appoggio della Confindustria tedesca. Sorgono successivamente, nel 1976, la Association for Business Sponsorship of the Arts nel Regno Unito, la Stichting Sponsor voor Kunst per la comunità fiamminga del Belgio seguita, nell'anno successivo dalla Fondation pour la Promotion des Arts per la comunità francofona.

Nel 1979 sorge la Admical in Francia che conta circa 90 imprese aderenti mentre in Olanda nel 1985 si forma la Stichting voor Kunstpromotie che raduna 50 imprese che rappresentano l'80% dei contributi dell'industria alla cultura. Solo le due associazioni delle comunità del Belgio gestiscono direttamente un fondo di produzione finanziato dalle imprese aderenti e destinato a progetti culturali.

L'importanza delle associazioni è evidente se si pensa alle difficoltà di incontro tra domanda e offerta di finanziamenti in campo culturale e alle problematiche connesse alla scelta dell'evento da sponsorizzare che, dovendo rispondere a precise finalità comunicative, deve presentare un alto grado di compatibilità con l'immagine dell'impresa.

2. *Aspetti istituzionali e regolamentazione dei finanziamenti pubblici e privati nei paesi della Comunità*

2.1. Italia

La frammentazione delle competenze in campo culturale costituisce una delle maggiori difficoltà nella gestione e nella programmazione della politica culturale.

Sono ben otto i ministeri che se ne occupano. Oltre al Ministero per i Beni Culturali e a quello del Turismo e Spettacolo le altre competenze sono così ripartite: Presidenza del Consiglio (stampa, informazione, diritti d'autore); Ministero della Pubblica Istruzione (insegnamento artistico); Ministero delle Poste e Telecomunicazioni (radio e televisione); Ministero delle Partecipazioni Statali (imprese cinematografiche pubbliche); Ministero dei Lavori Pubblici (restauro di monumenti e centri storici); Ministero degli Affari Esteri (relazioni culturali con l'estero, istituti di cultura italiana all'estero).

Il *Ministero dei Beni Culturali* è competente per i musei, i monumenti, gli scavi, le biblioteche, gli archivi, le arti plastiche e per l'editoria libraria. Si articola in quattro Uffici Centrali dai quali dipendono vari organismi a livello nazionale, regionale e provinciale:

- a) Ufficio Centrale per i Beni Archeologici, Artistici e Storici: Istituto Centrale del Restauro, Istituto Centrale per il Catalogo e la Documentazione, 63 Soprintendenze per i Beni Culturali con competenze settoriali, 6 Istituti autonomi;
- b) Ufficio Centrale per i Beni Librari e gli Istituti Culturali: Istituto Centrale per la Patologia del Libro, Istituto Centrale per il Catalogo Unico e la Documentazione, 45 Biblioteche pubbliche statali, oltre 200 accademie e istituti culturali;
- c) Ufficio centrale per i Beni Archivistici: Centro di Fotoriproduzione, Legatoria e Restauro degli Archivi di Stato, Scuole di Archivistica, 18 Soprintendenze archivistiche, Archivio Centrale dello Stato, 95 archivi di Stato;
- d) Direzione Generale degli Affari Generali, Amministrativi e del Personale: Ufficio Studi, Divisione Editoria.

Accanto al Ministero dei Beni Culturali opera il Consiglio Nazionale per i Beni Culturali, organo consultivo interministeriale, con il compito di proporre programmi pluriennali, di coordinare iniziative e progetti a livello statale e di verificarne l'attuazione.

Il *Ministero del Turismo e Spettacolo* è competente per la musica, il teatro e il cinema. Dal punto di vista amministrativo è composto da una Direzione Generale per lo Spettacolo e da varie commissioni a carattere consultivo per il teatro, la musica, lo spettacolo. Dal 1985 è stato istituito il Fondo Unico per lo Spettacolo (legge n. 163 del 30/4/1985) che prevede percentuali fisse di finanziamenti ai singoli settori.

La legge ha istituito inoltre un Consiglio Nazionale per lo Spettacolo con il compito di elaborare le proposte per la formazione di un programma triennale di sostegno e incentivazione finanziaria per le attività dello spettacolo, e un Osservatorio Nazionale dello Spettacolo con il compito di raccogliere e analizzare i dati sull'andamento del settore in Italia e all'estero.

L'istituzione del Fondo Unico per lo Spettacolo non prevede alcuna forma di decentramento finanziario ai comuni e alle regioni.

Finanziamento privato

L'ingresso dei privati nel mondo dei beni culturali può ritenersi una prassi ormai consolidata, nonostante la necessità di riflettere su un modello di interazione tra pubblico e privato in un'area di interesse comune, tanto per il suo valore simbolico, tanto per le possibili ricadute economiche e sociali nel paese.

Rispetto ad altri paesi europei è ancora poco sviluppata l'attività delle associazioni tra imprese sponsor, nonostante stiano sorgendo coordinamenti a livello regionale, attraverso le associazioni industriali. Le grandi imprese sembrano orientare i loro interventi nell'organizzazione e gestione diretta delle iniziative, spesso attraverso fondazioni "satellite", mettendo in gioco direttamente le proprie capacità manageriali.

Un passo importante per l'avvio di un rapporto di collaborazione tra pubblico e privato nella tutela e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale italiano viene dalla legge n. 512 del 1982 che regola il regime fiscale dei beni di rilevante interesse culturale e prevede la deducibilità dal reddito delle persone fisiche e giuridiche per le erogazioni liberali a favore di attività culturali.

Purtroppo la mancata emanazione del regolamento di attuazione per quanto riguarda la completa casistica degli sgravi fiscali, ha impedito la completa applicazione della legge stessa.

2.2. Belgio

Finanziamento pubblico

La struttura dello Stato, caratterizzato dalla presenza di due grandi comunità linguistiche e culturali, quella francofona e quella fiamminga, si è modificata nel corso degli anni '70 trasformandosi in Stato unitario-federale.

Le competenze culturali furono affidate a due diversi ministeri: uno francofono ed uno fiammingo all'interno dei quali furono create delle sezioni per gli affari culturali comuni con competenze relative alle manifestazioni e alle istituzioni di rilievo nazionale, di cui si distinguono tre categorie:

- *Organismi parastatali a statuto autonomo sovvenzionati e controllati dai due Ministeri:*

l'Orchestre Nationale de Belgique, il Théâtre de la Monnaie e il Palais des Beaux Arts. I Consigli di Amministrazione di questi ultimi due organismi comprendono un egual numero di rappresentanti delle due comunità. La Presidenza è affidata alternativamente ad un francofono e ad un fiammingo.

- *Istituzioni scientifico-culturali sulle quali i due dicasteri hanno un controllo più diretto:*

Musées Royaux des Beaux Arts, Musée d'Art et d'Histoire, Istitute Royal du Patrimoine Artistique e il Service National des Fouilles.

- *Società senza scopo di lucro bilingui che operano a Bruxelles e sono sovvenzionate da entrambi i Ministeri:*

tra queste possiamo citare il Musée de Bruxelles, il Musée de Cinema e la scuola di danza Mudra, creata da Béjart.

Nel quadro della politica culturale del governo nazionale assumono importanza il Ministero degli Affari Esteri che cura le relazioni culturali internazionali e il Ministero dei Lavori Pubblici che interviene soprattutto nel campo del restauro e della conservazione del patrimonio architettonico e gestisce tutti gli edifici e le costruzioni di proprietà statale.

A seguito delle modifiche costituzionali del 1983 e della seguente riorganizzazione amministrativa le competenze in materia di politica culturale sono state trasferite alle comunità (oltre alla francofona e alla fiamminga è stata riconosciuta anche la più piccola comunità tedesca). Ciò contribuisce a creare conflitti di competenza tra le varie istituzioni nazio-

nali coinvolte nella politica culturale. La gestione del settore è, da un punto di vista amministrativo, frutto della cooperazione tra Ministero per l'Educazione francofono e Comunità fiamminga. Questo implica una diversa lettura della Costituzione da parte delle due comunità: quella francofona non ha voluto, per ragioni di natura politica, superare un certo grado di decentramento nell'affidare all'Esecutivo della comunità competenze amministrative, mentre da parte fiamminga si è voluto accelerare il processo di trasferimento di competenze al Governo della comunità.

Questa asimmetria politica rende evidentemente contraddittoria e complessa la gestione della politica culturale. A ciò si aggiunge il caso di Bruxelles, oggetto di conflitto fra le amministrazioni nazionali, comunitarie e locali. Esistono, a livello locale, due Commissioni culturali, finanziate dalle comunità, che non sono però dotate di competenze esclusive e pertanto non hanno un peso preponderante nella vita culturale della città. Accanto ad esse operano gli esecutivi delle due comunità, essenzialmente impegnati in attività e in progetti mono-linguistici e le associazioni bi-comunitarie.

Organizzazione degli Esecutivi comunitari

Esecutivo francofono: sono di competenza della Direzione Generale per le Infrastrutture e il Patrimonio i beni archeologici e architettonici; la Direzione Generale della Cultura copre il resto delle attività culturali.

Esecutivo fiammingo: la Direzione per l'Educazione e Formazione Permanente è responsabile per le biblioteche e l'insegnamento artistico; la Direzione per la Pianificazione Urbanistica e Ambiente per il patrimonio architettonico, urbanistico ed ambientale; le altre attività culturali sono di competenza della Direzione Arti e Turismo, articolata in varie divisioni.

La regolamentazione della politica interna delle Comunità risale al 1973 con il cosiddetto "patto culturale" in cui il diritto di accesso alle iniziative culturali comunitarie o al finanziamento di attività culturali private da parte dell'Esecutivo comunitario è previsto per "tutte le minoranze ideologiche e filosofiche". Questo patto si è tradotto in una accentuata interferenza dei partiti politici nell'azione svolta in favore della cultura dagli Esecutivi.

I problemi nella gestione della politica culturale derivano essenzialmente dalla frammentazione dei poteri ai diversi livelli dell'Amministrazione.

ne e dalla pluralità di poli decisionali che possono portare ad una conflittualità a lungo andare paralizzante.

Finanziamento privato

Il fenomeno della sponsorizzazione culturale è relativamente recente ed è difficile dissociare l'investimento finanziario dalle preoccupazioni commerciali.

Nel 1986 viene creata la "Stichting voor Kunstpromotie" per la regione fiamminga e nel 1987 la "Fondation pour la promotion des Arts" per la regione francofona destinate a colmare la lacuna di comunicazione tra mondo industriale e culturale. Sono formate da rappresentanti del mondo della cultura e degli affari che insieme gestiscono un "Fonds de production" destinato a finanziare progetti culturali ed artistici.

Le agevolazioni fiscali sono possibili per le donazioni, deducibili dal reddito dichiarato da persone giuridiche o fisiche a condizione che siano state effettuate a favore delle "Academies royales" o di istituzioni culturali la cui zona di influenza si estenda a una delle Comunità o all'intero Paese e che siano patrocinate dal Re attraverso un decreto deliberato dal Consiglio dei Ministri.

2.3. Danimarca

Finanziamento pubblico

Perno della politica culturale è il Ministero degli Affari Culturali, articolato in quattro divisioni:

- relazioni culturali con l'estero;
- archivi, musei, biblioteche;
- belle arti, musica, letteratura, sports e attività socioculturali;
- teatro, opera, balletto, cinema, radio e televisione.

Accanto al Ministero per gli Affari Culturali operano il Ministero degli Affari Esteri, corresponsabile per le relazioni culturali con l'estero e il Ministero per l'Ambiente che si occupa del patrimonio storico e architettonico danese attraverso l'Ufficio Nazionale per la Protezione della Natura, dei Monumenti e dell'Ambiente.

Per quanto riguarda le relazioni culturali con l'estero è di grande rilevanza il ruolo svolto dal Consiglio Nordico, di cui fanno parte Danimarca,

Svezia, Norvegia, Finlandia e Islanda. Dal 1971 ha ridefinito le modalità di cooperazione, nel senso di una maggiore collaborazione, pur incontrando notevoli difficoltà dovute soprattutto al timore di veder ridotta, da parte di alcuni Paesi, la propria sovranità nazionale. La cooperazione culturale tra i Paesi nordici è molto intensa e copre diversi campi che vanno dal teatro alla musica, alla letteratura, al cinema. L'accordo prevede anche una collaborazione nei rapporti culturali con i Paesi terzi e fa obbligo agli Stati aderenti al Patto di adottare una politica comune in seno agli organismi e alle istituzioni internazionali.

In Danimarca (analogamente alla Germania e all'Olanda) le istituzioni pubbliche indipendenti o gli organismi e le associazioni private hanno un peso considerevole nelle scelte ministeriali in materia di politica culturale.

Gli organismi pubblici operano nei diversi rami, svolgendo una funzione consultiva.

Il settore privato esercita una notevole influenza sulla politica culturale attraverso le associazioni di artisti riunite in due organismi nazionali, il Consiglio delle Arti, che comprende 18 organizzazioni professionali, e il Consiglio delle Arti dello Spettacolo con 9 associazioni che operano nel teatro e nella musica.

La distribuzione diretta delle sovvenzioni per le arti spetta allo Statens Kunstfond organismo indipendente ma interamente finanziato dallo Stato.

Il sistema danese richiede il concorso attivo e determinante di istituzioni e organismi pubblici e privati nella definizione della politica culturale. Lo stato, pur finanziandola in larga misura, tende a limitare i propri poteri di controllo e di influenza nella vita culturale del paese.

Finanziamento privato

L'importanza delle fondazioni, e del finanziamento che queste assicurano, rendono le imprese danesi poco interessate alla sponsorizzazione, mentre gli stessi responsabili delle fondazioni sembrano mostrarsi favorevoli all'intervento dei privati per integrare le risorse di cui dispongono. Il dibattito è ancora aperto poichè anche l'opinione pubblica e i media sono favorevoli alla sponsorizzazione.

La regolamentazione fiscale attualmente in vigore prevede la possibilità di dedurre le donazioni in favore delle associazioni e istituzioni culturali che siano state riconosciute dalle autorità fiscali per un massimo di

1.000 corone danesi. Le spese per le sponsorizzazioni sono normalmente deducibili per l'intero ammontare della contropartita pubblicitaria.

2.4. Francia

Finanziamento pubblico

L'amministrazione pubblica francese costituisce, anche in campo culturale un esempio di centralizzazione.

Il Ministero della Cultura è organizzato sulla distinzione tra conservazione e produzione con una direzione competente per ciascun settore di intervento. Nell'ambito del Ministero operano inoltre due servizi interdisciplinari, la direzione per l'Amministrazione generale e la direzione per lo Sviluppo Culturale, cui si aggiungono due organismi a statuto autonomo legati al Ministero: il Centro Nazionale d'Arte e Cultura George Pompidou e il Fondo di Innovazione Culturale.

Il Ministero della Cultura risponde a criteri razionali di ripartizione delle competenze. Per esempio la direzione del Patrimonio è competente per la protezione dei beni storici e artistici e la costruzione di nuovi immobili destinati a finalità culturali quali, la Piramide del Louvre. La direzione del Patrimonio è l'unica a disporre di un'organizzazione ramificata sul territorio.

Nel sistema francese hanno poco spazio altre forme di finanziamento alla cultura e l'intervento dello Stato si manifesta in modo sempre più centralizzato. Questa organizzazione consente da un lato un miglior coordinamento degli interventi culturali ma potrebbe portare, dato il progressivo allargamento delle responsabilità del Ministero, ad una maggiore difficoltà di programmazione globale. Inoltre la centralizzazione amministrativa e la concentrazione delle risorse finanziarie favoriscono gli squilibri regionali e accentuano le differenze tra il polo culturale rappresentato da Parigi e il resto della Francia.

Finanziamento privato

L'interesse per il fenomeno risale al 1979 anno in cui fu pubblicato dal Ministero della Cultura "Il Mecenatismo in Francia" destinato a sensibilizzare i responsabili delle imprese ed incentivare le sponsorizzazioni. Negli anni '80 si sviluppano ricerche sul tema, sempre a cura del Mini-

stero, e nel 1985 viene largamente diffuso "Mecenat, mode d'emploi" una guida giuridica e fiscale al mecenatismo d'impresa. Nel marzo 1987 si inaugura un meccanismo di cofinanziamento Stato-impresa che si ispira ai "matching grants" americani: la sovvenzione statale ad un progetto culturale è subordinata alla partecipazione di fondi privati.

Questo modello di finanziamento è applicato solo ad un certo numero di settori culturali:

- mostre d'arte contemporanea;
- operazioni tendenti a favorire una maggiore partecipazione alla vita dei musei controllati dallo Stato;
- valorizzazione di monumenti di importanza storica;
- pubblicazione di opere di grande validità culturale;
- esposizione e rassegne di libri di interesse nazionale;
- collaborazione all'edizione e promozione commerciale per l'esportazione di libri specializzati;
- festival di teatro, musica e danza a carattere nazionale e internazionale;
- programmi di sensibilizzazione del pubblico alla creazione ed espressione artistica.

Un Conseil Supérieur du Mecenat, di nomina ministeriale, in rappresentanza di imprese, artisti, enti locali e amministrazione centrale è incaricato di pronunciarsi sulla priorità degli interventi. Nel luglio 1987 è stato approvato un progetto di legge per la semplificazione e il coordinamento delle diverse misure settoriali d'incoraggiamento al mecenatismo.

Non si può non ricordare il contributo dato dalle Associazioni industriali, quali l'ADMICAL (Associazione per lo Sviluppo del Mecenatismo Industriale e Commerciale) nata nel 1979. La sua attività si basa sulla promozione presso le imprese e l'opinione pubblica della sponsorizzazione culturale. L'associazione, composta da circa 90 imprese è animata dal suo Presidente Jacques Rigaud e da un piccolo gruppo di 4 collaboratori permanenti.

Le attuali regolamentazioni di legge prevedono la possibilità di dedurre dall'imponibile i contributi a favore di opere od organizzazioni di interesse generale.

Dopo la legge del 1987 la deduzione è limitata al 2 per mille del volume d'affari delle imprese e al 1,25% del reddito imponibile dei singoli. Se la donazione è in favore di associazioni o fondazioni di riconosciuta utilità pubblica oppure di istituti di insegnamento superiore o artistico non a fine di lucro e riconosciuti dal Ministero del Bilancio o della Cultura le detra-

zioni sono pari al 3 per mille. Le spese culturali sono interamente deducibili se le imprese sono impegnate direttamente in manifestazioni di carattere filantropico, educativo, scientifico, sociale, umanitario, sportivo, culturale o che sia di contributo alla realizzazione di opere d'arte, alla salvaguardia dell'ambiente o alla diffusione della cultura della lingua o della conoscenza scientifica francese.

2.5. Repubblica Federale Tedesca

Finanziamento pubblico

La struttura federale dello Stato dà origine ad una pressochè completa decentralizzazione anche nella politica culturale.

Secondo gli accordi di Landau del 1957 anche le decisioni in materia di politica culturale con l'estero, di competenza federale, devono essere sottoposte all'approvazione dei singoli Laender, che hanno creato una Commissione permanente incaricata di collaborare con il Governo federale. Ai Laender spetta la gestione e il finanziamento della politica culturale mentre il Governo federale ha competenze in particolari settori della politica culturale e finanzia attività e istituzioni a rilevanza nazionale tramite i ministeri.

Il Ministero degli Affari Esteri è responsabile per le relazioni internazionali con funzioni di coordinamento delle attività degli altri ministeri e in collaborazione con i Laender. La Direzione delle relazioni culturali sovvenziona organismi a statuto autonomo quali i Goethe Institut.

Il Ministero degli Affari Interni-Divisione Culturale gestisce i fondi per il cinema, le arti figurative e la letteratura, partecipa al finanziamento e all'organizzazione di manifestazioni a carattere nazionale e internazionale, gestisce gli istituti storici ed archeologici tedeschi all'estero ed è competente, attraverso il Nationalkomitee fuer Denkmalschutz, per la protezione del patrimonio artistico ed architettonico.

I Governi dei Laender comprendono in genere un Ministero dell'Educazione e della Cultura che risponde delle proprie attività di fronte al Parlamento dello Stato. I responsabili dei dicasteri si riuniscono in una Conferenza Permanente con compiti di coordinamento fra i vari settori culturali.

Le Municipalità assicurano più del 50% dei finanziamenti pubblici, in buona parte devoluti al settore dello spettacolo, e hanno, dal canto loro, creato degli organismi di coordinamento a livello federale.

All'amministrazione pubblica si affiancano vari organismi parastatali e privati quali il Kunstfond a statuto autonomo ma finanziato, almeno in parte, dal Governo federalé che sovvenziona prevalentemente progetti individuali.

Esiste inoltre una fitta rete di associazioni settoriali di artisti e operatori culturali a carattere sia locale che nazionale. Per la maggior parte si tratta di associazioni private ma parzialmente finanziate da fondi pubblici. Alcune associazioni hanno creato organismi di coordinamento settoriale quali il Deutscher Kunstrat (1981) che nel giro di pochi anni ha acquisito un peso considerevole nell'orientamento della politica culturale tedesca.

La totale decentralizzazione della politica culturale comporta vantaggi quali la possibilità di rappresentare le molteplici istanze che concorrono nelle scelte in materia, ma anche gli svantaggi relativi alle difficoltà di coordinamento e un processo decisionale forzatamente lungo e complesso. Queste difficoltà si evidenziano soprattutto nei rapporti tra Bund e Laender, dove entrano in gioco conflitti di competenze. Sussistono inoltre notevoli differenze tra i vari Laender per quanto riguarda l'ammontare delle spese per la cultura. Varie voci si sono levate per reclamare un maggiore coordinamento fra le istanze competenti nel settore ma la situazione resta conflittuale e confusa.

Finanziamento privato

Non esiste una politica a livello federale per quanto concerne la sponsorizzazione, ma una tradizione partecipativa da parte delle imprese, anche nelle piccole città, di finanziamento a circoli culturali. L'impegno privato in questo campo necessita perciò di sostegno e incoraggiamento.

La Kulturkreis, fondata nel 1951 dalla Confindustria tedesca per partecipare alla ricostruzione culturale del Paese, si occupa dei problemi relativi alla partecipazione finanziaria dei privati alla cultura. Il Consiglio di Amministrazione è formato dai rappresentanti delle maggiori industrie tedesche. Oltre a finanziare giovani artisti, la Kulturkreis svolge un ruolo informativo e consultivo per i progetti culturali. Il suo budget si aggira intorno al milione di marchi.

Per quanto riguarda gli aspetti fiscali si distingue nettamente tra donazioni senza contropartita pubblicitaria e sponsorizzazione vera e propria. La Kulturkreis è riconosciuta come associazione di pubblica utilità e questo dà la possibilità alle imprese che vi partecipano di dedurre i loro contributi del 2 per mille sul giro d'affari globale.

2.6. Grecia

Finanziamento pubblico

L'intervento pubblico in materia culturale è centralizzato, ispirato al modello francese.

Il Ministero della Cultura è responsabile per la protezione e la conservazione del patrimonio culturale nazionale e per la promozione delle arti e della cultura.

Altri dicasteri competenti sono:

- il Ministero per gli Affari Esteri per le relazioni culturali con l'estero in collaborazione con il Ministero della Cultura;
- il Ministero della Ricerca e della Tecnologia;
- il Ministero per lo Sviluppo Urbano e dell'Ambiente che coopera con quello della cultura per la protezione e conservazione del patrimonio architettonico;
- il Ministero per l'Educazione con competenze nel settore bibliotecario;
- la Presidenza del Consiglio che promuove manifestazioni culturali e controlla gli enti nazionali del settore.

Oltre al carattere centralistico dell'amministrazione occorre rilevare la tradizionale concentrazione delle attività culturali nella regione attica: solo dopo il 1985 si è registrata una sensibilizzazione sul problema del decentramento e sono stati avviati dei programmi di sviluppo e sostegno culturale per altre zone del Paese.

Finanziamento privato

Più che di sponsorizzazione per la Grecia si può parlare di mecenatismo tradizionale che coinvolge soprattutto istituzioni culturali estere attraverso l'attività di fondazioni quali la Vorres e la Teriade.

Alcune misure di alleggerimento fiscale sono previste per le donazioni a fondazioni private.

2.7. Gran Bretagna

Finanziamento pubblico

E' improprio nel caso britannico parlare di una politica culturale da parte delle autorità pubbliche. Tradizionalmente infatti nel Regno Unito è esclusa qualunque forma di dirigismo statale. Anche in questo settore si applicano i principi del liberismo economico e quindi le attività artistiche e culturali sono sottoposte alle leggi del mercato. L'intervento statale si inquadra in un'ottica assistenzialistica e svolge una funzione "moralizzatrice". Inoltre il ruolo della cultura nella storia inglese non è considerato determinante per la formazione dell'identità nazionale come invece è avvenuto in altri Paesi.

In assenza di un Ministero per la Cultura l'organismo competente è il Sottosegretariato degli Affari Culturali del Ministero dell'Educazione e della Scienza che gode di una indipendenza pressochè completa e la sua influenza dipende dalla personalità del Sottosegretario.

Il ruolo fondamentale nell'ambito della politica culturale è svolto dall'Art Council of Great Britain che gestisce la maggior parte dei finanziamenti statali destinati al settore. I suoi poteri sono limitati unicamente dalla facoltà di nomina e destituzione dei suoi membri da parte del Governo centrale. La struttura del Consiglio è elastica e le spese amministrative costituiscono una voce piuttosto ridotta nel suo bilancio annuale, che deve essere approvato dal Parlamento e costituisce una voce del bilancio del Ministero dell'Educazione e della Scienza. Il Welsh Arts Council e lo Scottish Arts Council formano due sezioni separate i cui Presidenti sono membri di diritto del Consiglio della Gran Bretagna mentre il Consiglio dell'Irlanda del Nord è un'istituzione distinta ed indipendente. I Regional Art Association collaborano con il Consiglio delle Arti.

Le altre competenze culturali sono ripartite tra i vari dicasteri:

- Ministero degli Interni per la comunicazione, l'informazione e la radio-televisione;
- Ministero dell'Ambiente per la tutela dei monumenti storici e la gestione di proprietà statali;
- Ministero del Commercio per l'industria cinematografica;
- Ministero degli Esteri per le relazioni culturali con l'estero.

L'autonomia del Consiglio delle Arti non implica un impegno attivo nella progettazione e nell'indirizzo della politica culturale. Il Consiglio tende ad assumere un ruolo passivo limitandosi ad elargire i fondi a sua

disposizione ai vari settori: la distribuzione avviene in base a criteri di "qualità" con ovvi problemi di definizione: spesso più che alla qualità ci si è ispirati alla tradizione.

Base della politica culturale britannica è l'"arm's lenght principle" ovvero il rapporto istituzioni-arte-cultura che assicuri la maggiore autonomia possibile dell'arte nei confronti delle istituzioni, e, viceversa, delle istituzioni incaricate di promuovere e sostenere le attività culturali nei confronti delle correnti artistiche e della politica.

Finanziamento privato

Il fenomeno della sponsorizzazione si è notevolmente sviluppato negli ultimi anni e le imprese principali si sono riunite nel 1976 nell'Association for Business Sponsorship of the Arts (ABSA), associazione creata per attirare l'attenzione del mondo degli affari sui bisogni e i problemi dell'arte e della cultura e sulla necessità di stabilire una reciproca cooperazione tra i due mondi. Nell'ottobre del 1984 il Sottosegretario alle Arti, Lord Gowrie ha proposto il Business Sponsorship Incentive Scheme, gestito dalla ABSA per conto del governo con l'obiettivo di attirare nuovi sponsor attraverso un sistema di cofinanziamento pubblico-privato molto flessibile. Un altro sistema è l'Incentive Funding Scheme per il quale l'Arts Council ha recentemente effettuato uno studio-pilota. Questo sistema di finanziamento è rivolto tanto alle organizzazioni culturali a livello nazionale quanto a quelle più piccole o non ancora affermate. I candidati devono presentare un programma artistico e professionale della durata minima di tre anni specificando le modalità di autofinanziamento cui intendono ricorrere a partire da una certa gamma di possibilità quali la vendita dei biglietti degli spettacoli, delle opere artistiche, il ricorso a sponsor privati. Il governo finanzia questi progetti al 50%.

Se le somme investite hanno per obiettivo esclusivo il miglioramento dell'immagine di marchio o dell'impresa sono considerate spese per lo sviluppo e non investimenti. Pertanto possono essere integrate nel bilancio per lo sviluppo a condizione che l'impegno dell'impresa non sia inferiore ai 6 anni.

2.8. Irlanda

Finanziamento pubblico

Il modello irlandese prevede organismi a statuto autonomo, ma la loro dipendenza dalle strutture statali è assai più marcata di quanto avviene in Gran Bretagna.

Le maggiori competenze sono assegnate al Minister of State for Arts and Culture creato nel 1983 e che dipende dal Primo Ministro. Ogni quattro anni viene nominato un Consiglio per le Arti, organismo a statuto autonomo che comprende 17 rappresentanti delle varie discipline artistiche e può essere considerato il perno fondamentale della politica culturale irlandese, in quanto principale dispensatore di fondi pubblici.

Altri dicasteri competenti sono:

- Ministero delle Comunicazioni, per il settore radio e telediffusione;
- Ministero dell'Educazione che si occupa in particolare dell'insegnamento artistico ma è anche responsabile per la National Library, la più importante biblioteca irlandese;
- Ministero del Gaeltacht per la promozione e la diffusione della lingua e della cultura gaelica;
- Ministero delle Finanze-Ufficio Lavori Pubblici per la protezione e il restauro di monumenti nazionali tramite il National Monument Service;
- Ministero dell'Industria, del Commercio e del Turismo che tra l'altro finanzia il settore cinematografico;
- Ministero degli Affari Esteri per le relazioni culturali internazionali;
- Ministero per l'Ambiente per il finanziamento delle biblioteche pubbliche.

Verso la fine degli anni '70 vennero creati i Regional Arts Officers per favorire una maggiore decentralizzazione della politica culturale irlandese, tradizionalmente concentrata sulla capitale. I Regional Arts Officers dipendono formalmente solo dalle Regional Development Organisations ma le loro attività sono finanziate parzialmente dal Consiglio per le Arti, organizzato su modello britannico.

Il finanziamento pubblico della cultura è nettamente inferiore alla media europea e inoltre, non potendo contare su un sostegno da parte delle imprese, lo sviluppo delle attività artistiche e culturali è fortemente rallentato. L'assenza di strutture ad hoc induce numerosi artisti o ad abbandonare l'attività professionale o a lasciare il paese, nonostante molte voci si alzino per chiedere un aumento dei finanziamenti alla cultura. La

condizione in cui versa l'organizzazione della cultura irlandese richiede con urgenza una riforma complessiva che non si limiti a degli interventi estemporanei.

Finanziamento privato

Il mecenatismo privato è relativamente poco sviluppato. Non esistono fondazioni private di imprese ma sono attive alcune fondazioni internazionali quali la Gulbenkian Foundation, la Carnegie Trust e l'Ireland Found che apportano un finanziamento regolare. Il finanziamento privato è rivolto principalmente ai festivals, alla musica, al teatro e in misura minore alle arti figurative.

Una legge del 1984 offre incoraggiamenti a società private che desiderano sovvenzionare la cultura accordando la possibilità di deduzioni sul volume d'affari.

2.9. Lussemburgo

La gestione della politica culturale è affidata al Ministero degli Affari Culturali che ha competenze riguardo la salvaguardia del patrimonio storico-architettonico, l'animazione culturale, la promozione delle attività artistiche e al coordinamento delle istituzioni culturali nazionali quali musei statali, archivi di Stato e Biblioteca nazionale.

Alla gestione della politica culturale partecipano il Consiglio Nazionale della Cultura, il Consiglio Superiore dei Siti e dei Monumenti nazionali e l'Istituto Granducale, organismo privato i cui membri sono cooptati.

Nel 1982 è stato creato il Fond Culturel National con compiti di amministrazione dei fondi pubblici e privati in favore della promozione delle arti e della scienza e della conservazione e restauro del patrimonio culturale e storico nazionale.

Non esistono disposizioni fiscali che prevedano detrazioni per i finanziamenti alla cultura.

2.10. Olanda

Finanziamento pubblico

Si tratta di un sistema parzialmente centralizzato nel quale sono competenti, per quanto riguarda le politiche culturali:

- Ministero del Benessere, della Sanità e degli Affari Culturali, articolato per quanto riguarda la cultura in due Direzioni Generali. La Direzione Affari Culturali è competente per le relazioni culturali internazionali, per il settore monumenti, musei, archivi e per musica, danza, teatro, letteratura, cinema, arti plastiche, insegnamento artistico e musicale. La Direzione della Ricreazione e dei Media opera nel settore della radio, telediffusione e della stampa;
- Ministero degli Affari Sociali e del Lavoro, che contribuisce in larga misura al finanziamento delle arti plastiche;
- Ministero dell'Educazione e della Scienza, competente per l'insegnamento artistico;
- Ministero dell'Edilizia e della Pianificazione Urbana e Territoriale che si occupa delle arti plastiche nell'ambito dell'edilizia governativa;
- Ministero degli Affari Esteri incaricato del coordinamento delle relazioni culturali internazionali.

Una serie di organismi consultivi pubblici, para-statali e privati ha un peso considerevole nell'elaborazione della politica culturale. Tra questi il più importante è il Consiglio delle Arti creato nel 1947 come organismo privato e divenuto pubblico nel 1956.

Il Consiglio è composto da rappresentanti delle associazioni artistiche ed è interamente finanziato dal Ministero degli Affari Culturali. Il finanziamento delle attività culturali avviene attraverso i fondi stanziati per i vari settori artistici.

Le 11 amministrazioni provinciali riflettono l'organizzazione centrale: ciascuna ha formato un proprio organo consultivo ed alimenta un fondo speciale per le arti. Il modello di gestione della politica culturale olandese è fondato su una forte integrazione fra il settore pubblico e quello privato. Ciò consente alle autorità pubbliche di orientare la propria azione in funzione delle esigenze dello sviluppo culturale; manca tuttavia un organo capace di assicurare una maggiore collaborazione tra amministrazione centrale e quelle periferiche.

Finanziamento privato

Il contributo dei privati è considerato piuttosto scarso nonostante molti esponenti dell'imprenditoria facciano parte dei consigli d'amministrazione di istituzioni culturali. Esiste una lunga tradizione di mecenatismo familiare o professionale attraverso le corporazioni che, nel corso dei secoli, hanno a lungo finanziato le arti. L'associazione Stichting Sponsor voor Kunst raggruppa in Olanda, come avviene in Francia e nel Regno Unito, la maggior parte delle grandi imprese sponsor. Nel 1985 ha organizzato due conferenze, "L'immagine di marchio e la cultura" e "Il Mecenate e le imposte". Inoltre ha promosso la costituzione di una banca-dati che raccoglie i progetti culturali che potrebbero essere finanziati dalle imprese.

Sgravi fiscali sono previsti in caso di donazione ma limitati al 3% dell'imponibile.

2.11. Portogallo

Finanziamento pubblico

Predomina il criterio della centralizzazione amministrativa. Le maggiori responsabilità legislative e finanziarie sono delegate al Ministero della Cultura, la cui organizzazione interna è però caratterizzata dalla frammentazione delle strutture, dovuta ad una suddivisione delle competenze prodotta da vari interventi parziali che si sono susseguiti nel tempo. L'organismo di maggior rilievo è l'Istituto Portoghese per il Patrimonio Culturale che assorbe da solo il 44% del bilancio del Ministero e le cui funzioni si estendono a numerosi settori. In primo luogo la protezione del patrimonio culturale ma anche competenze relative alla creazione artistica. Il sostegno finanziario è indirizzato prevalentemente alle attività dei musei, biblioteche e archivi, mentre gli altri servizi, quali il patrimonio architettonico, l'archeologia e il restauro hanno prevalentemente funzioni di elaborazione dati, di programmazione e di promozione. Il restauro e la conservazione del patrimonio architettonico sono a carico del Ministero dell'Infrastruttura Sociale, che collabora con il Ministero della Cultura e con l'Istituto per il Patrimonio Culturale nella programmazione degli interventi.

Dal 1984 si è tentato di stabilire un criterio di decentralizzazione, trasferendo alcune competenze alle autorità distrettuali e locali.

Finanziamento privato

Il bilancio ridotto del Ministero della Cultura e la lentezza burocratica rendono indispensabile il ruolo svolto da istituzioni e associazioni private. Ad esempio la Fondazione Calouste Gulbenkian gestisce la più importante rete bibliotecaria del Portogallo, due musei e due centri di ricerca, un balletto e un'orchestra sinfonica e partecipa al finanziamento di numerose altre attività culturali.

Fino al 1986 il governo portoghese non si è mostrato particolarmente interessato al fenomeno delle sponsorizzazioni. In seguito è stata approvata una legge che incoraggia l'intervento dei privati consentendo uno sgravio fino al 5% del reddito e fino al 25% per il finanziamento di manifestazioni di particolare rilievo culturale.

2.12. Spagna

Finanziamento pubblico

Pur rimanendo nella sua struttura uno Stato unitario la Spagna ha riconosciuto una certa autonomia regionale alle comunità che compongono il Paese. Ciò ha comportato una divisione di competenze tra il Ministero della Cultura e le Comunità Autonome cui spetta, nell'ambito del proprio territorio, la promozione della cultura, la protezione e conservazione del patrimonio artistico-culturale, dei musei, delle biblioteche e la gestione delle istituzioni culturali pubbliche locali, oltre alla promozione e all'insegnamento dell'eventuale lingua della comunità.

Lo Stato, attraverso il Ministero per la Cultura, ha competenze di difesa e tutela del patrimonio artistico oltre che di coordinamento tra le Comunità Autonome. In termini operativi queste competenze si concretano nella realizzazione di manifestazioni di carattere nazionale, relazioni culturali con l'estero, creazioni di infrastrutture in accordo con le Comunità per la difesa del patrimonio artistico. Mentre il settore Beni Culturali è ben integrato nel Ministero per la Cultura, per quanto riguarda il teatro, la musica e il cinema si è affidata la gestione ad organismi autonomi.

Il Ministero degli Affari Esteri coordina ed elabora la politica culturale estera insieme al Ministero per la Cultura.

La cooperazione tra Ministero e Comunità è pratica corrente e concreta nella gestione di musei, biblioteche e archivi, mentre la cooperazione infracomunitaria si esercita attraverso la Conferencias de Consejeros, in termini di scambio di informazioni e cooperazione tra le Comunità Autonome.

Finanziamento privato

Il finanziamento privato riguarda soprattutto le fondazioni, spesso create dalle grandi imprese pubbliche e private, ma la sponsorizzazione vera e propria è un fenomeno che deve ancora svilupparsi. Nel 1983 il Ministero per la Cultura ha lanciato l'idea della creazione di una fondazione con compiti consultivi per lo sviluppo e la promozione della cultura costituita da una ventina di grandi imprese.

Sono possibili detrazioni dal reddito netto imponibile fino al 10% per le spese relative alla conservazione, al restauro e alla diffusione dei beni culturali, mentre per donazioni allo Stato o a istituzioni di riconosciuta utilità pubblica le deduzioni sono possibili fino al 30%.

Riferimenti bibliografici

- AA.VV., *Volontariato e beni culturali*, Fondazione G. Agnelli, Torino, 1980.
- AA.VV., *Il tempo dei giovani*, Il Mulino, Bologna, 1985.
- AA.VV., *Tre ricerche sull'informazione in Piemonte*, Marsilio, Padova, 1987.
- AA.VV., *La politica culturale in Europa*, Istituto Togliatti, Roma, 1988b.
- AA.VV., *Economie dell'arte*, Dossier di "Mondo Economico", 11, 24 marzo, 1990.
- AA.VV., Seminario internazionale di studio *Identità europea e culture locali: un paradosso da risolvere. Il ruolo delle politiche culturali in Europa: modelli ed esperienze di intervento a livello locale*, Atti Convegno, Bologna 8-10 marzo 1988.
- AIB, *Indagine sull'utilizzo della dotazione libraria nelle biblioteche civiche di quartiere di Torino*, bollettino di informazioni, 24, 1984.
- Bagnasco A. (a cura di), *La cultura come risorsa*, in *La città dopo Ford*, Bollati Boringhieri, Torino, 1990.
- Barbagli M., Felicori M., Nice D., *Feste d'estate. Indagine sulla politica culturale dei comuni italiani*, in *Luoghi e misure della politica* (a cura di A.Parisi), Il Mulino, Bologna, 1984.
- Bodo C., *Rapporto sulla politica culturale delle regioni*, Angeli, Milano, 1982.
- Bodo C., *La spesa per la cultura in Italia*, Rapporto Ispe, Roma, 1989.
- Bonazzi G., *Torino regno del simbolico. La formazione delle cerchie sociali e le dinamiche della differenziazione*, in "Piemonte vivo", n.1, 1987.

Boni Milena J. (a cura di), *L'economia dietro il sipario*, studi e ricerche di Ameglio, Boni, Bosio, Castagna e Garrella per l'Istituto di Amministrazione Aziendale di Economia e Commercio, Edizioni Torino, 1989.

Brosio G., *La spesa per l'arte e la cultura*, "Trattato di Economia Pubblica", vol. 2, Giuffré, Milano, 1987.

Brosio G., *Spesa pubblica e agevolazioni fiscali nel settore dell'arte e della cultura in Italia*, relazione presentata al seminario internazionale *Pubblico e privato nel sovvenzionamento delle arti*, Napoli, 20-21 gennaio 1988.

Bulsei G.L., *Le politiche ambientali: intervento pubblico e regolazione sociale*, Rosenberg & Sellier, Torino, 1990.

Campa G., Biseis B., *La spesa dello Stato per attività culturali in Italia*, Giuffré, Milano, 1979.

Cascetta A.M., Dalla Palma S., *L'industria dello spettacolo in una società terzariizzata. Il caso del teatro a Milano*, "Comunicazioni sociali", 2, 1988.

Ca' Zorzi A. (a cura di), *Amministrazione e finanziamento statali della cultura nella comunità europea*, Comm. Comunità Europea, Ufficio Pubblicazioni Ufficiali, Lussemburgo, 1987.

Centro Studi Assap, *Sponsor e cultura*, Eri, Torino, 1986.

Cipriani R. (a cura di), *La bottega dell'effimero*, Angeli, Milano, 1990.

Colasio A., *Accentramento e decentramento nelle politiche culturali: Italia, Francia e Spagna*, "Polis", 3, 1989.

Conseil de l'Europe, *Programme européen d'évolution. La politique culturelle de la France*, La Documentation Française, Paris, 1988.

Consiglio Regionale del Piemonte, *La presenza Rai in Piemonte e le prospettive dell'alta definizione Tv*, Atti della Conferenza, Torino, 26 febbraio 1990.

- Davidson Schuster J.H., *Comparaison internationale et voix méthodologiques: approche critique des études internationales de politique culturelle*, La Documentation Française, Paris, 1988.
- De Chaladar J., De Brebisson G., *Mecenat en Europe*, La Documentation Française, Paris, 1987.
- De Giorgi M.V., *Sponsorizzazione e mecenatismo. Le sponsorizzazioni*, Cedam, Padova, 1988.
- De Lillo A., Leccardi C., Chambry M., Vicari S., *Indagine sul rapporto tra la domanda di servizi culturali e l'organizzazione delle attività culturali sul territorio*, "Quaderni di documentazione regionale", Regione Lombardia, Milano, 1983.
- Dip.to Scienze Sociali Università Torino, Isvor Fiat, *Componenti culturali della qualità urbana. Torino e le principali città italiane: un raffronto*, 2 vv., Etas libri, Milano, 1989.
- Donolo C., Gandiglio A., Grussu S., *Autonomia e cultura 1980-85*, "Critica marxista", 4, 1985.
- Ercole E., *Politica urbana e consumi culturali*, "Quaderni di sociologia", 2-3-4, 1982.
- Fanti G., *Le sponsorizzazioni culturali: un male necessario*, "L'ippogrifo", 2, agosto 1989.
- Gpf & Associati, *Media e comunicazione*, "Monitor", vol.IV, 1988-89.
- Grimaldi R., *I beni culturali demo-antropologici, schedatura e sistema informativo*, Provincia di Torino, 1988.
- Hantrais L., Kamphorst T. (eds.), *Trends in the Arts. A Multinational Perspective*, Giordano Bruno Amersfoort, Utrecht, 1987.
- Intermatrix, *L'identikit dello spettatore cinematografico*, Milano, opuscolo, 1989.

Ispe, *La spesa per la cultura in Italia*, 1988.

Ires, *La comunicazione aziendale: i servizi di pubblicità, marketing e pubbliche relazioni in Piemonte*, Quaderno di ricerca Ires n. 46, Torino, 1987.

Ires, *Mercurio e le muse. Analisi economica del settore dello spettacolo dal vivo in Piemonte*, Rosenberg & Sellier, Torino, 1989.

Kurabayashi Y., Matsuda Y., *Economic and Social Aspects of the Performing Arts in Japan: Symphony Orchestras and Opera*, Kinokuniya Company Ltd., Tokio, 1988.

Laboratorio Settimo, *Piano di ambiente culturale*, Comune di Settimo Torinese, 1984.

Marletti C., *Le reti informative del giornalismo locale piemontese. Indagine sulla stampa periodica nelle province di Torino e di Cuneo*, Regione Piemonte, Torino, 1987.

Marletti C., *L'informazione locale e il mercato della comunicazione nella prospettiva degli anni novanta*, in atti del convegno *Piccoli grandi media*, Regione Piemonte, Torino 20-22 ottobre 1988.

Makno Media, *Una ricerca sul pubblico del teatro a Milano*, Milano, 1987.

Martinetti M.C., *Indagine sulle cooperative culturali*, "Gulliver", 5, 1986.

Minardi E., Bianchi M., *Le spese culturali dei comuni e delle province in Emilia Romagna*, Dip.to Sociologia, Bologna, 1986.

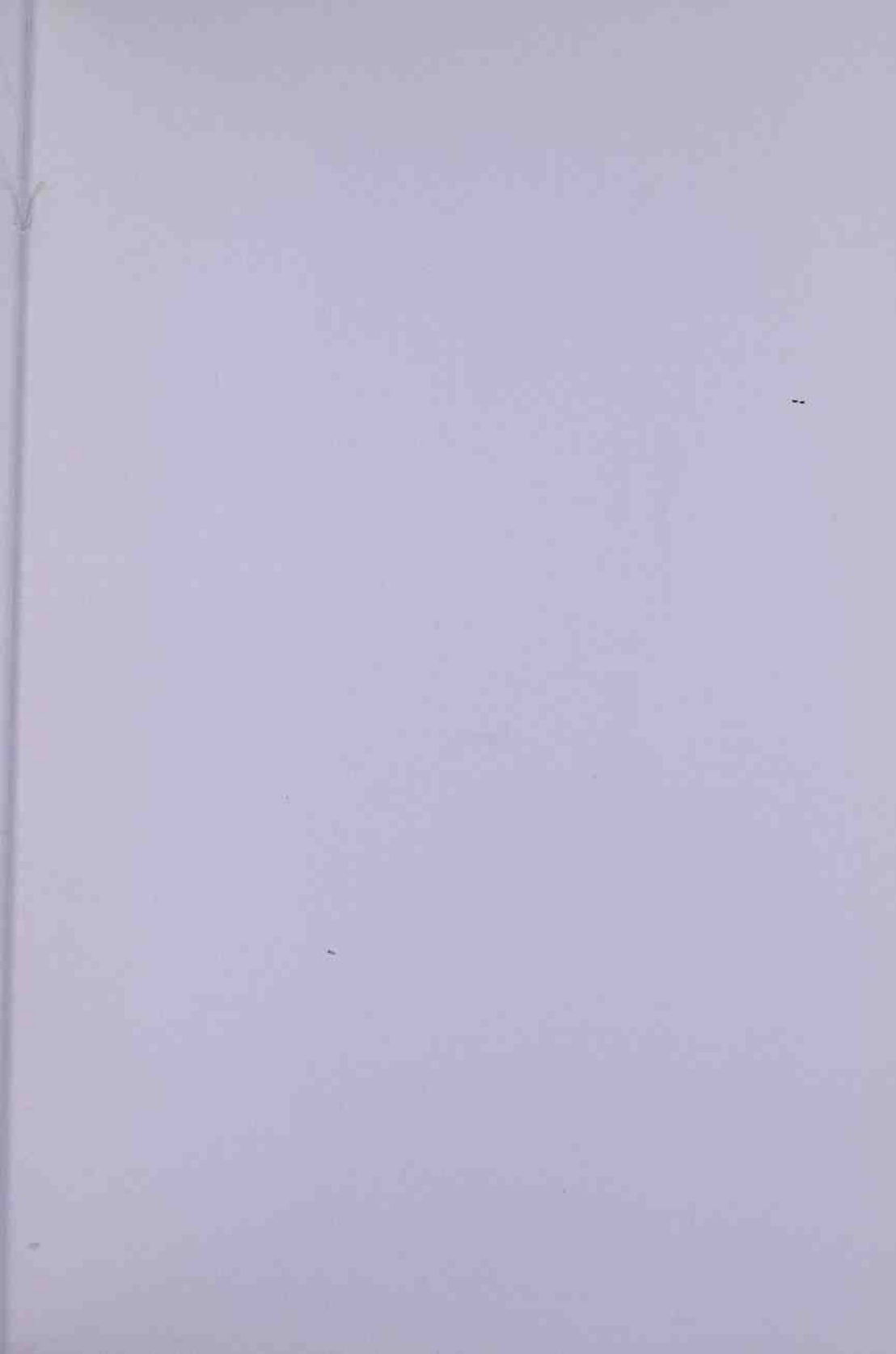
Ministère de la Culture et de la Communication - Departement des études et de la perspective, *Les publics du théâtre. Frequentation et image du théâtre dans la population française âgée de 15 ans et plus*, La Documentation Française, Paris, 1988.


Myerscough J., et al., *The Economic Importance of the Arts in Britain*, Policy Studies Institute, London, 1988.

- Orengo N., *Il progetto culturale. Ripensare Torino e il Piemonte*, "Sisifo", 4, 1985.
- Peri P., *La stampa periodica settimanale in Italia. Diffusione e pubblico*, "Polis" (2), 3, 1988.
- Rositi F., Marchetti A., *Indagine sulle spese culturali degli enti locali in Italia*, "I Know", 9, 1984.
- Rositi F., Marchetti A., Giolitti R., Ambrosio G., Marsili A., *Le muse e l'assessore. Le spese culturali di quattro comuni metropolitani dal 1974 al 1983*, "I Know", 11, 1985.
- Russo G., *Indagine sui profili professionali nelle biblioteche piemontesi*, Ricerca (a cura della Sezione piemontese dell'Associazione Bibliotecari), Regione Piemonte, Torino, 1986.
- Salvatai M., Zannino L. (a cura di), *La cultura degli Enti Locali (1975-1985)*, Angeli, Milano, 1988.
- Scamuzzi S., *I professionisti della cultura*, Angeli, Milano, 1987.
- Scamuzzi S., *Produrre comunicazione. Grafica, editoria, pubblicità e fabbisogno formativo a Torino*, Supplemento "Torino Notizie", 13, aprile 1990.
- Siae, *Lo spettacolo in Italia. Statistiche 1987*, Siae, Roma, 1988.
- Siae, *Teatro in Italia 1987. Cifre, dati, novità statistiche della stagione di prosa 1986-87*, Siae, Roma, 1989.
- Viglono E., *Le sponsorizzazioni culturali tra comunicazione pubblica e comunicazione d'impresa*, Tesi di laurea, Università di Torino, Facoltà di Scienze Politiche, 1990.
- Villano A., *L'intervento pubblico nella cultura e nell'arte. Analisi teorica ed esperienze concrete*, Vita e pensiero, 1986.
- Visintini G., *L'uso della biblioteca e dei cataloghi presso la Biblioteca Civica di Torino*, Torino, 1984.

Vistarini S., *Domanda e offerta di cultura. I soggetti e i fenomeni di un sistema complesso*, "Il potere locale", 5-6, 1989.

Zappalà A. (a cura di), *Il matrimonio industria-cultura. Obiettivi e percorsi nell'iniziativa culturale dell'impresa*, Ed. Sipi, Roma, 1988.





L'IRES è stato costituito nel 1958 dalla Provincia e dal Comune di Torino, con la partecipazione di altri enti pubblici e privati. Con la successiva adesione delle altre Province piemontesi, l'Istituto ha assunto carattere regionale.

Nel 1974 è diventato ente strumentale della Regione Piemonte ed è stato dotato di personalità giuridica di diritto pubblico.

L'IRES, struttura primaria di ricerca della Regione Piemonte, sviluppa la propria attività in raccordo con le esigenze dell'azione programmatica ed operativa della Regione stessa e degli enti locali, e può svolgere attività di ricerca per altri enti.

IRES, via Bogino 21, 10123 Torino - tel. 011/88051